

مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب



أ. بسام عبد الرحمن المشاقبة

مناهج

البحث الإعلامي

و

تحليل الخطاب

تأليف

بسام عبد الرحمن مشاقبة

دار أسامة للنشر والتوزيع

عمان - الأردن

الناشر

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن- عمان

◆ هاتف: 5658253-5658252 فاكس: 5658254

◆ العنوان: العبداني مقابل البنتح العربي

ص ب 141781 البهاجر

الرمز البريدي 11811

Email: darosama@wanadoo.jo

Email: darosama@hotmail.com

Email: info@darosama.com

www.darosama.com

حقوق الطبع محفوظة للنشر

2014م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2013/12/4278)

بسم عبد الرحمن سلطان مشاقبة
مناهج البحث الإنشائي وتحليل الخطاب
عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009

(1 ص)

رقم 2008/12/4278

◆ أصدت دائرة المكتبة الوطنية ببيانات الفهرسة والتصنيف الأردنية

القدمة:

إن قصة ولادة هذا البحث جاءت من منطلقات شتى وأحلام عديدة، ومنذ أن تخرجت من الجامعة وبالفات من كتلة الصحافة والإعلام قبل عشرين من الزمان وكان الخيال يرادني بأن أصل في حقل الدراسات الإعلامية والبحث الإعلامي وسبب الانشغال من هذه المهمة يعود لعدة أسباب وعلى رأسها سوق العمل الإعلامي الذي يواجه العديد من الشباب والخريجين في الحقل الإعلامي بالرغم من وجود العديد من المؤسسات الإعلامية والصحافية.

وبما زاد يقيني أن أكتب في موضوع البحث الإعلامي وفتح شويبي المكتبة في هذا الموضوع العملي والحيوي أن لم تكن في مهمة تحليل المشكلات السياسية التي تكتب في الصحافة المحلية حيث أقوم يومياً بكتابة التقرير يومي أقدمه إلى رئيس مجلس النواب ومن هنا انفتحت شويبي في المكتبة التحليلية عن الخطاب الإعلامي علماً بأن الأسلوب الذي كنت أستخدمه في التحليل هو اعتماد على التحليل النكصي والتكفي ولم أكن أحياناً فلتراً على مواجهة التحيز بسبب طوري في الوطنية التي اعتل بها .. ولعلت كتاباً مشحوراً من الفهرو الرسمية، ومع ذلك لم تغر لي بعض المكتبات التحليلية التي كنت أقوم بها حيث اتخذ بعض قراراً في غلام الليل الخامس وإن دلت ذلك فإنه يدل على أن سائر القوار الذي حاول تهديدي يريد أن يرض علي أجندة أنا المست مقتلاً بها من جهة ومن جهة أخرى اعتقدت أن أعمال التحليلية اليومية قد تغر لي الخطأ.

وجهة نظر إدارية ثم يسجل على أي أخطاء إدارية فاحشة تبرز للمسؤول أن يتخذ بحسبي إجراءات صارمة لتكثيفي ألم ولن أكتفرك بهذه الضغوط الداخلية عن الخطاب الإعلامي علماً بأن الأسلوب الذي سكتت أستخدمة في التحليل يعتمد على التحليل الحسبي والتكثيفي معاً.

ومع ذلك فقد جاءت ولادة هذا الكتاب لحسبي بخطي القلم في المكتبة الإعلامية من جهة ولتكون حافزاً لي بالقيام بإجراء عمليات بحثية على طبيعة المادة الإعلامية، وأرجو الله أن يفتح لي الطريق في حقل الدراسات الإعلامية والسياسية ويمكثني من رفق المكتبة العربية بهذا البحث والذي سيمرر مسيرة الإعلام العربي والارتقاء به.

إن هذا البحث التهدي أردته أن يكون بحثاً يضع الأسس العلمية لأول كتاب يمدد في الأردن عن أساليب ومناهج البحث الإعلامي، وكذلك تحليل الخطاب الإعلامي، وسأعمل جاهداً لاستصدار الكتاب عن الإعلام الأردني وتحليل الخطاب الإعلامي ليكون مرشداً للعلماء والمهنيين والدارسين والباحثين في حقل الدراسات الإعلامية.

جاء هذا البحث في أربعة محاور رئيسة مترابطة، فالباب الأول تناول البحث الإعلامي من حيث تعريفه وأهميته وواقع التجربة البحثية في الدول المتقدمة أو في الدول النامية حيث تم تسليط الضوء على أبرز مناهج البحث الإعلامي والمتمثل في تحليل للضمون.

كما تناول الباب الثاني: مفهوم تحليل الخطاب وإشكالياته وأبعاده.

أما الباب الثالث: فقد أوردناه للحدث عن مفهوم استراتيجية الخطاب وسياساته والموائل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب

وأما الباب الأخير: فقد كان بعنوان مفهوم المذهب وجاء في فصلين:

الفصل الأول: تحدثنا فيه عن مفهوم المذهب بشكل عام.

أما الفصل الثاني: فقد تحدثنا فيه عن مذاهب تحليل الخطاب.

لقد اعتمد البحث عن منهج الدراسات الفلسفية والتاريخية وتم الاعتماد على الأسلوب التحليلي في دراسة الظاهرة الإعلامية التي نحن بصدد التوسع فيها. لا ينبغي في نهاية البحث إلا أن أقدم بالشكر لكل من أهدني ودعمني في ولاد: هذا الكتاب أولاً أن يكون قد وفقت لتحقيق أهداف البحث العلمي في الوصول إلى الحقيقة.

وثانيهما تسليط الضوء على منهجية الخطاب بصفة عامة والخطاب الإعلامي بصفة خاصة حيث أفردت بابين مكثيرين في هذا المجال، طبعاً حاولت أن أسهم لأضيق القارئ على أبرز المذاهب الإعلامية التي تعتبر هي التبع الفكري لأي دارس للإعلام والحرريات الصحفية والإعلامية، كما سلطت الضوء على أبرز مذاهب تحليل الخطاب وعلاقته بالخطاب الإعلامي.

وبإله الختام أرجو من الله أن يحقق مقننتي هذا الهدف المرجو منه، وأن
 ينهد منه الإعلاميون والباحثون والمتخصصون في الدراسات الإعلامية وحقوق
 الإعلام بوجه عام.

إنه نعم للوالى ونعم للتصوير.

المؤلف

الباب الأول: الأبحاث الإعلامية مفهومها وأهميتها

الفصل الأول

الأبحاث الإعلامية مفهومها وأهميتها

معنى الأبحاث الإعلامية: يشتمل الاتصال عصب الحياة المعاصرة، فقد تطور يشتمل مذهب، ولذلك ازدادت أهميته يشتمل كثير، فالمعلومات أصبحت تحيط بنا من كل حذب وصوب، ومن كل الاتجاهات حتى أصبحت المعلومة تنافس الأشياء الثماني الذي هو جزء رئيسي من مكونات الحياة، حيث وصف أحد الباحثين الإعلاميين حاجة الإنسان للعصر للاتصال للحصول على المعلومة كحاجة السمكة إلى الماء بحثاً عن شروط الحياة، بحالة أخرى إننا لا نستطيع أن نمارس شعائر الصوم من محيط المعلومات إلا التفر الذي يمارس فيه الإنسان تطبيق بعض الشعائر الدينية التي تفرضها بمعارضة الانقطاع عن الطعام والشراب

إن أهمية الاتصال جعلته يلعب دوراً هاماً ومؤثراً في الحراك اليومي للإنسان، بل إننا نعتبر الحقيقة المطلقة والمطلعية في حياتنا اليومية المعاصرة بسبب الطبيعة البشرية والتي فرضت على البشر أن يجزوا الصلاتهم مع بعضهم البعض على مدار الساعة أولاً وثانياً، وقد أصبح الباحثون يحفل الاتصال أن لتورة الصلابة الدور الكبير الذي مهد لولادة ثورة الاتصالات والمعلومات والتي اعتبرت من أهم الإنجازات التي تحققت للإنسان المعاصر.

وبما هذا الصدد نقول المستقرة جيهان رشدي أن الحكومات التي تطبق الكذبية الشمولية والسلطوية من جهة والمذهبية التحررية والديمقراطية من جهة

أخرى¹ أفرجته أهمية الإقناع في إخضاع الجماهير وكسب تأييدها وتلك عدت النعول المختلفة على استخدام الإعلام بشكل عام، لكن يجب رضا وقائده ومساندة الرأي العام حتى لا تحتاج إلى الاعتماد على الظهور والعلف لتحقيق السياسات المطلوبة، وهذا بالطبع يحتاج إلى قدر أكبر من الاتصال وإلى فهم عميق لعملية الإقناع والتأثير على الجماهير².

ما نريد أن نصل إليه أن أهمية الاتصال في الحياة المعاصرة أصبحت جزءاً من الاحتياجات الأساسية للإنسان والتي لا يمكن الاستغناء عنها مطلقاً كحاجته الماء والهواء، فحاجة الإنسان لها أصبحت كحاجته للمعلومات، وبالتالي إلى معرفة أساليب التأثير على الصورة الذهنية التي يتكونها الناس عن واقعهم مما جعل المعلومات تحيط بنا لا ككل زمان ومكان مثل الغشاء الهوائي الذي نكتنسه ولا تشعر بوجوده، لذا فإن دراسة ظاهرة الاتصال ظاهرة جديدة بالدراسة والبحث.

أهمية بحوث الإعلام والاتصال:

شهدت العقود الخمسة الماضية جدلاً واسع النطاق حول أهمية بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري وأعتقد هذا الجدل يشمل كل الأعمال والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محلياً ودولياً، وما يمكن أن تؤديه الأبحاث الاتصالية عند دور متعزز لا ترشده السياسات الإعلامية التي تتطوّر عليها هذه الوظائف والوسائل والأساليب وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الإعلامية المختلفة هذا الجدل الذي جرى تمخض عن اكتشافات العديد من للتغيرات الناجمة لبحوث الإعلام من حيث أهدافها وأهدافها وسجلاتها ونورها الوطني والإقليمي والدولي ومناهجها والشبكات التطبيقية التي تراجعيها وتقل من إمكانية الاستفادة منها³.

ومن خلال استعراض هذه التقنيات تبين الباحثون أن هناك مؤشرات حيوية تؤثر في بحوث الإعلام تجعلها فيما يلي:

أولاً: النموذج المنهجي والنظري لبحوث الإعلام: إن سبب هذا النموذج يعود إلى إشكالية العلاقة والدور ما بين مصطلحي الإعلام والاتصال. فبالرغم من عدم وضوح التمييز ما بين المصطلحين أي أن هناك خلطاً ما بين وظيفة الإعلام أو وظيفة الاتصال في حد ذاتها وبين الدور الذي يمكن أن تؤديه بحوث الإعلام في إطار الوظائف الإعلامية أو الاتصالية، وهكذا اتسعت مساحة الإشكالات العلمية والمنهجية للإعلام على بحوث الإعلام في الوقت الذي لا تعد فيه بحوث الإعلام أن تكون تطبيقاً للطريقة العلمية في مجالات الإعلام المختلفة بالمفهوم الواضح للتحقق عليه للبحث العلمي في مكافحة الجائحات من حيث سرعة وراء معرفة الأفكار والأصناف والنظريات المعاصرة وتصنيفه للوقائع والمعلومات والبيانات في مجموعة تسمي في إمكانية استخلاص الوقائع أو نتائج عامة عنها³⁹.

ثانياً: النمو غير المتوازن بين الإعلام لمصطلح وأبحاث الإعلام: إن التطور الذي شهدته الإعلام في العقود الأخيرة في القرن الماضي والاعتراف بالتزايد بدوره وباستخداماته في مجال التنمية لم يواكبه تقدم ملموس في بحوث الإعلام خاصة من حيث النوعية، وهكذا وقعت للممارسة الإعلامية خاصة في الدول النامية في الخطأ الفادح والذي سبقتها إليه العديد من الممارسات المختلفة، والذي تمثل في عدم الاستخدام الأمثل للبحوث قبل بدايات المشروعات المختلفة في دراسات الجدوى، وخلال حياة المشروع في تهيئة تيار مستمر من المعلومات والبيانات المتكاملة والتي تسهم في ترشيد عملية اتخاذ القرارات للتغلب بمكافحة جوانب إدارة المشروعات، ومع التطور السريع في مجال الإعلام وإثباته أفضلية رحيه، وتمكنه من اختراق التقنيات والابتكارات التكنولوجية، واستثماره لها وعلى هذا الأساس ازدادت البنية المعرفية بين ما يمكن للإعلام أن يؤديه في المجالات المختلفة والأساليب والطرق المتنامية لهذا الأداء، وبين ما يتم ممارسته بالفعل من سياسات إعلامية تقتصر إلى الحد الأدنى

للموضوعي العلومي، وبالمثل الواقعية فإن هناك عدم التجانس ما بين التطور الإعلامي من جهة، وتطوير الأبحاث الإعلامية من جهة أخرى، فالتطور الإعلامي يتقدم بمسؤولية هندسية بينما الأبحاث الإعلامية ضئير ببطء ويتناوب حسابية وبذلك حدثت فجوة معرفية كبيرة تزداد اتساعاً في مجال من أهم المجالات حاجة إلى البحوث المستمرة والمتطورة الشاملة المتعمقة في نفس الوقت.

ثالثاً، حتمية بحوث الإعلام والاحتياجات المتزايدة لها، مما لا شك فيه أن حقل الإعلام ليس هو الحقل الوحيد الذي يعاني من التصور والعلمي وعدم تقدير أهمية البحوث والإفادة منها في تطوير طرائق وأساليب الممارسة حيث نال العديد من الدراسات والملاحظات أن عملية البحث العلمي في المجالات والنشاطات المختلفة تواجه العديد من الصعوبات والاختلافات، ومع ذلك فإن بحوث الإعلام بمصنف خاصة تؤدي دوراً رئيساً في معالجة الجوانب القياسية بالممارسة الإعلامية وبدون استخدام هذه البحوث من البداية والاعتماد عليها بمصنف مستمرة لإيمان أن تقوم بعدد كبير من الوظائف الإعلامية ومما يزيد من أهمية هذا الدور وجود مجموعة من المراحل المرتبطة بالنشاط الإعلامي والمؤثرة فيه والتي أصبحت تدعى الحاجة للتزايدة إلى استخدام البحوث ومن أهمها المراحل التالية:

- ١- جمع البيانات والمعلومات الدقيقة عن المشكلات البيئية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية المعقدة ومدى مساهمة الإعلام في مواجهتها.
- ٢- الحاجة المستمرة إلى توفير البيانات والمعلومات المعتمدة عن الرأي العام والاتجاهات والمعتقدات والأراء ووجهات النظر المختلفة ودرجات المعرفة والوعي والإدراك ومراكز الاهتمام والانطباعات لدى الجماهير المختلفة داخلياً وخارجياً.
- ٣- ونظراً لأهمية الرأي العام وقوة تأثيره في النشاط الإعلامي وكذلك ضرورة دراسة جمهور القراء والمستمعين والمُشاهدين مما يورث للمعلومات التكاملية عنهم والتي تنهد في توجيه الموارد الإعلامية الثلاثة إليهم إلى جانب دراسة

الوسائل الإعلامية المختلفة بخصائصها وجوانبها الفنية، وقياس أثر النشاطات الإعلامية وتقييم فعاليتها الجهد الاتصالية بالإضاعة إلى صناعة الببائات والمعلومات للتلقة بأنشطة الاتصال وإنماطه وتعالجه وأساليب الممارسات الإعلامية والتنظم وغيرها من العوامل التي تؤكد أهمية بحوث الإعلامي وتساعد الاحتياج والحاجة إليها.

نرى ماذا نعني ببحوث الإعلامي هناك جدل يدور الآن بين الباحثين المهتمين بالشؤون الإعلامية والاتصالية الذي يطالب بفصل مصطلح الإعلام عن الاتصال في مجال البحوث. وهناك فريق آخر يدعو إلى التمسك ما بين البحوث الاتصالية والصحافية والإعلامية، لكن الدراسات الخاصة بالصحافة مستعصية والتي استتبت منذ العقد الثاني من القرن للتصيرم إلى سائر مجالات الإعلام، وعلى أساس أن هناك وحدة أساسية تجمع ما بين شؤون الإعلام المختلفة، فمثلاً كليات الإعلام والصحافة تهتم بدراسات شؤون الراديو والتلفزيون والصحافة والاتصال الشفهي مما هيأ للولادة إلى رأي ينعاز إلى أن الأبحاث الصحافية مقصورة على وسيلة واحدة في حين أن أبحاث الإعلام أو الاتصال تغطي مجالات الاتصال ككلية، فيما اعتبر بعض الباحثين أن هذا الرأي غير مقبول، وبني معارضة على اعتبار أن المنهج العلمي الحديث ربط جميع الأساليب الاتصالية وجعل منها وحدة متكاملة تتلاقى أصولها مع فروعها، متكما وفرد بعض الباحثين بين الأبحاث الاتصالية والصحافية على أساس الموضوع، بمعنى أن الأبحاث الاتصالية تسلط الضوء على الاتصالات ذاتها التي على عملية الاتصال، فيما شدد باحثون على أنه من الصعوبة بمكان الفصل ما بين الإعلام والاتصال، فمثلاًهما متكاملان لبعض البعض، لكنهما يختلفان من حيث الدور والوظيفة فأي بحث يتناول الاتصال يجب أن يهتم بالجانبين معاً مع أن العلاقة ما بينهما هي علاقة تكاملية وعلى سبيل المثال إذا ذكرنا الاتصال فوجب أن يذكر

الإعلام والمختصين صحيح، مثلاً حطية التاطل الرسمي باسم الحكومة الأردنية المحلية "حكومة نادر الذهبي" وزير الدولة لشؤون الاتصال والإعلام. بمباراة أخرى نحن لا نستطيع أن نفهم ما تشهده وسائل الإعلام أو ليكن دون إغفال عملية الاتصال وكيفية يؤثر مضمون وسائل الإعلام على الرأي العام أي أننا لا بد وأن ندرك الأثر الكبير الذي تحدثه هذه الوسائل على الاتجاهات وحوادث وروايات الرأي العام. كما وقد اعتبر بعض الباحثين في الشؤون الإعلامية والاتصالية أنه من الصعب جداً وضع حدود واضحة لتحديد الأبحاث الإعلامية وتصلها عن غيرها من الأبحاث الإنسانية، إن اهتمامات أبحاث الاتصال واسعة جداً وشكلية والصوب أن الباحث لا يدرس وسائل الاتصال فقط بل يدرس العملية الاتصالية بأكملها، وهذا ما يهجرنا للتعريف عن علاقة الاتصال بالعلوم الإنسانية وعلى رأسها علم النفس العام، علم النفس الاجتماعي، الاقتصاد، الأنثروبولوجيا، القانون، الاجتماع، التاريخ، السياسة.

إن الصحافة والإعلام تشارك هذه العلوم مسؤولية اكتشاف المشاكل القائمة التي تلحقها عملية الاتصال، ومن أبرز الباحثين والمفكرين الذين تناولوا طبيعة العلاقة ما بين الإعلام والصحافة أو الاتصال والإرشاد والذي حدد الأبعاد الفلسفية للاتصال من خلال أنه لا يمكن فهم الاتصال لفاتر من شخص والاتصال داخل الجماعة الصغيرة، إن هذا الإدراك والذي توصل إليه شرام وغيره من الباحثين والذي انحصر كما أسلفنا في إدراك وفهم الاتصال الشطرنج والاتصال داخل الجماعة الصغيرة لا يمكن أن يتم فهمه عن طريق مؤسعات الإعلام الجماهيرية أو أن تقدر تأثير الوسائل الجماهيرية، وأن فهم هذه الوسائل هي الأساس مسؤولية تقع على عاتق علماء الإعلام وشاركتهم فيها علماء السياسة والاجتماع بشكل أساسي. فقد يطرح السؤال التالي أين تكمن مسؤولية علماء الاتصال أو بمباراة أخرى أين تقع هذه المسؤولية؟

ويشخص، ولير شرام هذه الفرضية قائلًا: أن مسؤولية علماء الاتصال يمكن

قياسها يلي:

أولاً: دراسة الاتصال الجماهيري.

ثانياً: معرفة التعليم مؤسسات الاتصال واساليب السيطرة الاجتماعية عليها ومراكز

المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام وظيقتها وجنودها ومسؤولياتها وطرق

قياس تلك المسؤوليات.

ثالثاً: دراسة طبيعة التأثير والسبيل إلى تحقيق فاعلية الاتصال.

رابعاً: اختيار الوسائل الثلاثة وطبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور المستهدف لها

ومشكلة نقل المعنى⁹⁷.

الخلاصة التي ترسنا إليها بعد هذا العرض أنه من الصعوبة يمكن التفريق

ما بين أبحاث الاتصال والبحوث الإعلامية، فالمصطلحان يلتقيان في المضمون ويختلفان

في الشكل واللفظ، وأي محاولة للتفريق ما بينهما مغررة الأمور لعقيداً.

ما هي بحوث الإعلام؟

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد وشامل لمصطلح البحوث الإعلامية

يرتكز على ماهيتها ووظائفها وانتميات استنتاجاتها على ترشيده للمؤسسات

الإعلامية، ولهذا فإننا نحاول أن نجعل أهم التعاريف التي ناقشت ماهية البحث

الإعلامي.

الدكتور سمير محمد وضع التعريف التالي: هي الإطار الموضوعي

الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة

والمنظمة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور التوجه إليه الرسالة الإعلامية

وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط

الجهود الإعلامية الاتصالية⁹⁸.

ويحدد الباحث مهمة بحوث الإعلام حيث تبدأ من الجهود الإعلامية وتستمر

باستمرارها وتلعب فاعليتها قياساً مرحلياً وشاملاً وتشمل خدماتها كافة العناصر

الداخلية في العملية الاتصالية كالجوهر، الوسائل، الرسائل، المصادر، التلقيات المنهجية بطريقة متوازنة ومتكافئة^{٢٨}.

إن أبحاث الإعلام تبين مخططي الاستراتيجيات الإعلامية على تحديد المخرجات الإعلامية الصحيحة في التعرف على المخرجات المستتعة ومدى مطابقتها للأهداف المحددة، سلباً مما يسهم في تقديم كفاءة الجهود الإعلامية وتطويرها وإثباتها باستمرار.

فيما عرف وأرن أجوي وفيليب أولت وأندريه إيمري البحث الإعلامي، بأنه دراسة علمية تقوم به وسائل الإعلام لتلويحيات الظروف البشرية في التواصل الثقافية، عادة تتطلب جمع معلومات كمية الواسية وتشمل أيضاً دراسة رجال الإعلام ووسائل محتوى رسائلهم^{٢٩}.

البحث الإعلامي هو استقصاء دقيق يهدف إلى استكشاف حقائق وقواعد يمكن التحقق منها مستنبطاً عن طريق الاختبار العلمي أو البحث والذي هو طريقة للدراسة يمكن التوصل بواسطتها من خلال التمحيص الشامل والدقيق إلى جميع الأدلة التي يمكن التحقق منها والتي لها علاقة بمشكلة معينة^{٣٠}.

البحث الإعلامي هو عملية تطويع للأشياء والمفاهيم والرموز بهدف التعميم، فالهندس الميكانيكي أو الطبيب، يتبريأحياناً عندما يحاول التعميم عن جميع السيارات أو جميع المرضى في قطاع معين أو مرضى معينة وكذلك الباحث الإعلامي الذي يجمع معلومات عن كفاءة الخطباء للخطبة بالرسالة الإعلامية أو الرسل أو المستقبل^{٣١}.

خلاصة القول في الأبحاث الإعلامية:

نحن نشهد الآن في أعلى درجات ثورة الاتصالات والمعلوماتية ومظاهر هذه الثورة واضحة للعيان في مجالات الدراسات الإعلامية والاتصالية والأهم أن هذه الدراسات سلطت النهج العلمي في البحث والتحليل والدراسة، وبما لا شك فيه أن ظاهرة الاتصال هي ظاهرة شديدة قدم الإنسان على وجه الأرض إلا أن إسهامات الإنسان في مجال البحوث الإعلامية ظاهرة حديثة جداً، وقد قام بهذه البحوث

البحث الإحصائي والتحليل الخطائي

أسلافنا، وكانون متخصصون في فنون العباسة والاجتماع وعلم النفس واللغة والإدارة والتاريخ والعلاقات والعلمانية وعلوم الاتصال.

آي ان مجال البحث في علوم الاتصال قد اسهم فيه علماء من شتى التخصصات وعلى رأسهم العلماء الأفاضل الأزهري، وموهلاند، وبيروت جالوب، وكنانيل وستوفر، وشرايم، ونافاجير، وكنانز، وروينجر، وبيرسون²⁰.

من جهة أخرى فقد أجمع معظم الباحثين في حقل الاتصال والإعلام ليس هناك حدود واضحة بين بحوث الصحافة وبحوث الإعلام وبحوث الاتصال الجماهيري أي أن هناك تداخل بين بحوث الاتصال مع الأخذ بالاعتبار ترابط وتكامل جميع جوانب وأجزاء هذه البحوث وكذلك ما نريد أن نقوله في هذا المجال أن بعض الباحثين يهتمون بجوانب معينة بينما يهتم الآخرون بجوانب أخرى وعلى كل حال فإن اهتمامنا وبحوث الاتصال يعود إلى الأمرين التاليين يمكننا القول د. أحمد بن.

أولاً: تجهيزها العلمي والتنظيمي:

ثانياً: ارضاعها اللبن من بالوع المصاصة بفلج حدي مسكون بآثار الأسامة⁴⁹.

إن دعوت الاتصال يمكن أن تمت درجاً إيجابياً متغيراً في مرحلة تقييم السياسة العامة ذلك لأننا عندما نقوم النشاطات الرسمية، فإن ذلك يتم على درجة متطابقة لهذه النشاطات مع أهداف السياسة العامة، ومن هنا ظهر في الأدبيات السياسية أهداف التركيب الحكومي وهو من أهم التطلعات التي طمّح لبحثها علماء السياسة على المستويين الوطني والدولي بحيث تتضمن تلك النظرية ضوابط وأليات تحليلية لتفسير الظواهر السياسية والسلوك السياسي فضلاً عن التنبؤ بالتطورات السياسية المستقبلية وبحر كارول دويتش من البرز هؤلاء العلماء الذين ينطلقون إلى بناء هذه النظرية، وفي هذا الصدد يقول الدكتور كمال لأثرية فإن تحليلات دويتش تركّزت على أهداف الجسد السياسي وليس تحليل القوة العضلية الجسد السياسي أي أنه يركز على قوة الحكومة ومؤسسات الدولة وفوائدها من

على الاتصال وقواته، أي يريد أن يقول أنه من اللازم أن ينظر إلى الحكومة ليس على أنها مشكلة تسيير والتسيير بدوره ظاهرة التصادف.

وإدخال دويتش إلى أن الحكومات تعتمد على صلبة المعلومات شأنها شأن نظم الاتصال والمعلومات علاقة ما بين أحداث تأخذ صبغة نموذج ومن تتابع العمليات التي تحمل هذه المعلومات تتكون فئة الاتصال، ولا كانت المعلومات مملوئاً كمياً يشل القياس وذلك بالاعتماد على كفاءة قنوات الاتصال داخل هذا الجسد السياسي.⁵⁰

ومن خلال هذا العرض تبين لنا أن العلاقة السياسية عليها أن تحيط المواطنين بقراراتها قبل مطالبتها بطاعة تلك القوانين، ومن العيب أن يكرر النظام السياسي الفرد على الالتزام بأمر قبل أن يتكون هذا الفرد على معرفة كافية بذلك القرار وأن هذا معطى الحصول عليه خاصة أثناء السلم، أما أثناء الحرب فسلامتك وتعيش يا أبو الريش!

إن القيادة السياسية حينما تحافظ على شرعيتها لا بد وأن تقوم بالتوازن ما بين ما تريده تلك القيادة وما يكرهه أفراد الجماعة، فبالأ مشكلة السلطة إذن في هذه الحالة ليست مجرد إصدار الأمر أو إصدار القرارات الصلبة بل لا بد من إقناع الناس بها وحكم على طاعتها وفي مثل هذا القول يستعمل المؤرخ توينبي بقوله المشهور: لقد أصبحت الحضارات العظمى بوجود لطبات حاكمية استطاعت أن تجذب الجماهير للاعتقال إرادياً لقراراتها وحينما تحولت إلى أقيان مهيمنة هجر الناس هذا الاعتقال الإرادي وحل الخوف مطلقاً الجلاوية وهكذا ذلك بمثابة السبب الرئيسي الذي أدى إلى انهيار الحضارات.⁵¹

لقد قدم ستارول دويتش خدمة كبيرة في مجال التحليل السياسي حيث أسهم إسهاماً إيجابياً في فهم الطواغر السياسية عن طريق منطاج الاتصال وقنوات المعلومات عن طريق الصياغة الحكيم للعداية السياسية والتنبؤ باتجاهات التطور السياسي في المستقبل، خاصة مع التطور النحل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

الفصل الثاني

الأبحاث العلمية

حاولنا أن نشقّق من الأبحاث العلمية ومنهجية البحث لطبق الواقع فربما أجهلته بسبب أن الإعلام هو الآين الشرعي للعلم، وإن تجاوز المنهجية العلمية بمعنى تجاوز شريعة الإعلام ذاته، وهذا لا يمكن أن يتم.

إن الباحثين الذين آرخوا للعلوم والعلم يشكّل عام اعتبرا أن التطور التاريخي لأي علم من العلوم هو نفسه التطور بقتسبة العلوم الأخرى من منطق أن العلم تراكمي، وأن مراحل تطور العلم انقسمت إلى ثلاثة اتجاهات رئيسية وهي: أولاً: الاتجاه الفلسفي، وهو الاتجاه الذي نعمل أن شاعلم عام على بعض المبادئ الأساسية وبعض طرق وأساليب البحث، وأن بداية الأساسات الفلسفية هي التي نود إلى ذلك الاتجاه.

ثانياً: المنهج التجريبي: وهو الانتقال من المرحلة النظرية والمفاهيمية إلى التفصيل والمفكّك، وفي هذه المرحلة تبدل المحاولات للتأكد من أن المعلومات النظرية التي يتم الاتفاق عليها في المراحل الأولى يمكن إثباتها بطرق القياس العلمي أي الانتقال من التعميمات إلى الجزئيات والتفاصيل.

ثالثاً: بانتهاء المرحلة التجريبية وإعادة النظر في المبادئ الأساسية للنظريات أو المفاهيم أو المبادئ التي لا تصمد أمام التجربة يمدد النظر فيها في حين أن تلك التي تصمد وتظهر صلاحيتها لطروفي التمسك لا تعدل أو يتأخر تعديلها حتى نمر بلفظ التجربة.

رابعاً: يجب أن تعمل ومراكز القياس التحريرية الجديدة على تطوير النظرية وجعلها أكثر ملائمة وتكاملاً بما تشهده إليها من نتائج علمية تلخص للاختبار^{٥٥}.

المسؤوليات التي تواجه البحث العلمي بمدينة جامعة والأبحاث الإعلامية بصفة خاصة في العالم العربي:

إن البحث العلمي في الدول العربية يواجه عدة مشكلات تنبع من الاتجاهات الخاطئة التي تتبعها نظرة الأفراد أو الهيئات، كما ويتعاني البحث الإعلام من مشكلات خاصة بها تؤثر في إمكاناته لاستخدامها استخداماً كافياً في خدمة المجتمع.

وبالنسبة علينا لو أتينا نظرة إلى مستوى اهتمام الدول العربية بالبحث العلمي لوجدنا أن مستواها متدني جداً مقارنة مع الدول المتقدمة، سيما أننا لو أتينا نظرة على المؤازرة العامة للدول العربية الصلوية لوجدنا أن الاهتمامات بالبحث العلمي يصل إلى مستوى أدنى من المثالي حيث إن الإتفاق على مناسبات التذخ والاحتفالات يتقدم كثيراً على اهتمامات هذه الدول بالأبحاث العلمية وهذا ما يفسر تشظي نسب الخلف في العالم العربي.

من جهة أخرى فإن أبرز المسؤوليات التي تواجه البحث العلمي في الدول العربية تمكن فيما يلي:

أولاً- الفهم القاصر لوظيفة البحث العلمي:

هذه الصور القاصرة أو الخاطئة للحصر في أن معظم الناس يتصورون أن الذين يعملون بالبحث العلمي إما أن يكونوا من الذين يعملون في المختبرات "صعاب" لإسرائيل البيضاء" والذين يستخدمون المعدات والأجهزة والمخبر والأجهزة الشاعية وغيرهم، وإما أن يكونوا من الأشخاص الذين يتمتعون بتقنيات متقدمة جداً يسكنون ويبحثون ويشتبون في كل الأشكال النظرية المعقدة ويمشون في أبراج عاجية بعيدون عن الواقع العملي والمشكلات التطبيقية بمعنى أنهم يهتمون

بالتطورات، وبالتالي فلا جدوى من تطبيق بحوثهم حتى لو شكلت نظرياتهم ستوكدي للعروج بنتائج ذات دلالة نظريّة. فهما صور آخرون الباحثين بأنهم الذين يربطون ما بين العلم والتواحي الهندسية والفنية والتكنولوجية ويكرسون جهودهم من أجل الاقتراحات الجديدة والتقدم العلمي والفني والتكنولوجي، هذه الأنماط التصورية عن البحث العلمي تتفق الفهم الحقيقي للعلم والبحث العلمي وتعتبر مهمة النشاط البحثي في إطار حديثة ولا تركز على أهمية البحث في العلوم الإنسانية.

ثانياً- نقد البحث العلمي:

هناك مجموعة من العوامل التي قيدت البحث العلمي وعلى رأسها سيطرة المعتقدات والعادات السائدة وشعوب البشر إلى تنويع البحث العلمي ومحاولة مكنته والتشكيك في الأفكار والتطورات الجديدة خوفاً من أن تثار جهود العلماء والباحثين أنماط التفكير التقليدي لدى الناس.

ثالثاً- الاستغفال بالبحث العلمي:

نظراً لثقافة القصور العلمي الناصح لوظيفة البحث لدى بعض الثقافات، فإن ذلك يؤدي إلى الاستغفال والتخويف بالبحث العلمي ومن جهود الباحثين، وذلك إما بدافع الجبرود أو الجهل أو عدم المعرفة، ما يمكن أن يترتب على نجاح البحث العلمي من تقدم وتطور في المجالات العلمية والتطبيقية المتعددة.

رابعاً- الظهور الزائد عن الحد للعلماء:

أي تدريس العلماء ومجاملتهم وبالتالي فإن هذا الاتجاه سيؤدي إلى التعصب والتعريف، وبالتالي سيخضع المجتمع طوعاً مطلقاً للنظريات العلمية دون محاولة مجرد التفكير الموضوعي فيها ودراستها وتعميقها وتقييمها على أساس من النقد الغلامي لإثراء التقدم العلمي.^{٢٠}

خاصاً - اختلاف التخصصات بين الترميزات المختلفة للبحوث:

أي تفصيل بحوث على بحوث أخرى مثلاً تفصيل دراسات العلوم الشرعية على العلوم التطبيقية أو عدم الاكتراث بالعلوم الإنسانية.

بعد أن تناولنا أبرز المبررات التي تلجأ اليه وجه البحث العلمي فما هي أبرز المبررات التي تلجأ اليه وجه البحث الإعلامي؟ وقبل أن ندخل في تفاصيل هذا الملف هذا ، ويأثرنا من أن البحوث التي أجريت في حقل الإعلام أو الاتصال الجماهيري هي كثيرة ومتعددة ومنظمة سواءً على مستوى الدول النامية أو للتقدم إلا أنها شاتي من العديد من المشكلات التي تعوق إمكانية استخدامها بطريقة فعالة في مجال ترشيد استهلاك الممارسات الإعلامية.

وبما هذا الضمار طرد عقدت العديد من الورش والحلقات والندوات شارك بها خبراء لمناقشة مدى أحداث تقارب ما بين بحوث الإعلام والاحتياجات المجتمعية وإمكانية التنسيق بين جهود الباحثين في مجال الإعلام والعاملين في الوسائل الإعلامية المختلفة ، وقد أثبت النتائج على مدى اتساع الفجوة ما بين النظرية والتطبيق في مجال بحوث الإعلام في العديد من الدول المتقدمة ومدى الحاجة إلى تطوير أو زيادة التعاون ما بين الباحثين أو الممارسين من أجل تطوير السياسات والبرامج والخطط الإعلامية.

كما أوضحت بعض الاجتماعات للخبراء مدى الحاجة إلى تطوير واستخدام بحوث الإعلام على المستويات الوطنية والقومية والىوية حيث أخذ في الاعتبار التطورات التقنية في وسائل الإعلام ، وما يمتص أن تحدثه من تأثيرات بالغة المدى في عملية الاتصال الجماهيري داخياً أو خارجياً ، كما وأكدت بعض الحلقات الدراسية واجتماعات لجان الخبراء على ضرورة إنشاء مراكز بحوث لخدمة وسائل الإعلام من حيث إمدادها بالمعلومات والبيانات اللازمة لتخطيطها ووضع سياساتها الإعلامية كما أوضحت إمكانية التعاون الإقليمي في ضمائر البحوث الإعلامية بين المنظمات الإعلامية الشعبية في نوعية الخدمات الإعلامية التي تقدمها.

أهم المشاكل التي تواجه البحوث الإعلامية في الدول النامية:

يمكن إجمال أهم هذه المشاكل والمعوقات على النحو التالي:

أولاً: عدم توفر بعض المقومات البحثية وبشكل الاتجاهات والأساليب البحثية للمستخدمة، وتشمل صعوبة توفر مقومات الرأي العام ومفهوم البحث العلمي في العديد من دول العالم الثالث مما يؤدي إلى صعوبة قياس الرأي العام للوصول إلى نتائج ذات دلالة الأمر الذي ينعكس على فعاليتها جزء هام من البحوث الإعلامية.

ثانياً: الاعتماد غير المتوازن بلوعية الأبحاث الإعلامية والذي ينعكس أحياناً في النول في إجراء دراسات في المجالات الفنية والتقنيكية (٢٢)، أو التطبيقية البحثية مع إغفال الدراسات النظرية والفلسفية مما أدى إلى تباطؤ عملية استيعاب النظريات في مجالات الإعلام المختلفة بالرغم من التطورات النظرية الصحيحة هي التي تنود إلى التطبيق الصحيح وهي تستند أصلاً منه.

ثالثاً: نقص البحوث في مجال التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجماهير وتطور عملية الاتصال كعملية اجتماعية وذلك على الرغم من أهمية هذا الجانب من المعالجة البحثية في رسم وعيها فلسفية وإعلامية مستنيرة، وفي تعديد الطريق، أمام فهم أعمق للتطويع المختلفة لدى وسائل الإعلام بمخاطبة المشكلات الاجتماعية.

رابعاً: البطء في التوصل إلى نتائج ذات دلالة تفيد المخططين والمختصين في مجال الإعلام والذين يحتاجون إلى نتائج سريعة لتقديمهم في اتخاذ القرارات ورسم السياسات الإعلامية ومعالجة العمل الإعلامي اليومي.

خامساً: الاتجاه نحو استخدام الأسلوب القمطي في معالجة بعض المشكلات البحثية والتسدي لها حكماً هي دونها محاولة التعمق في تحليلها وسير الحوارها مما قد يعطي نتائج تتعلق بالظواهر السطحية والمشكلة للمشكلة ولا تتناول ما

نظري عليه من أمكان موضوعية، وقد حدا ذلك ببعض الباحثين إلى القول بأن بحوث الإعلام من المجالات التي فشلت فيها النظرية بالتحاق بالتقنية على أساس أن معظم بحوث الإعلام كانت وصفية أكثر منها تحليلية فضلاً عن كونها محدودة في اختياراتها بين المتهيزات وغير مستفولة في تسليطاتها وتحليلاتها.

سادساً: الاستماتة ببعض الحالات بنتائج البحوث التي أجريت سواء في الدول المتقدمة أو النامية ومراراً يترقب عليه من عدم صلاحية هذه النتائج للتطبيق نظراً لاختلاف الظروف البيئية والاجتماعية والثقافية والحضارية.

سابعاً: التركيز على دراسة الأثر المبرمج المباشر للمواد الإعلامية دون التنبيه إلى دراسة الآثار المترتبة طويلاً الأجل التي تنبع من الاستقبال الأعق بالمشكلات الإعلامية، ومن جهة أخرى يعتبر عدم التعاون الفعال ما بين الباحثين والممارسين في مجال الإعلام من أصعب المعوقات ويمثل هذا المعوق في عدم اقتناع الممارسين بالإعلام اقتناعاً كافياً بأهمية البحوث ودورها في ترشيده السياسات الإعلامية وإمكانية رسم هذه السياسات وإعداد الخطط على أساس علمي سليم، مما أدى إلى خلق درجة عالية من الانتماء بينهم وبين الباحثين في مختلف أوجه هذه البحوث، وقد اجتمعت كافة المؤثرات والعقبات العلمية واجتماعات الخبراء في مجال الاتصال الجماهيري سواء على المستوى الدولي والوطني على أن التفرقة ما بين الباحثين والإعلاميين العاملين في المجال الإعلامي لا تزال موجودة ومعضلة منذ انقضاء أكثر من خمسين عاماً على بحوث الإعلام، ومن الضروري أن يسعى الباحثون إلى إحداث التوافق ما بين الممارسين حتى يستقر تبادل المعرفة والاحترام، فكما أنه لا بد من الضروري بذل الجهود الفاعلة لتفدية العاملين في الوسائل بنتاج البحوث⁵¹.

هذا وقد طرح الباحث عبد المنز محروس أحد خبراء البحوث الإعلامية بعض المشاكل القائمة من عدم التعاون الفعال ما بين الباحثين والممارسين على النحو التالي^(١):

أولاً- التباين الفكري ما بين الباحث والمخطط:

إذا الباحث هو الذي يحدد ويكشف عن الحقيقة، فإن المخطط هو الذي يستثمرها لصالح المجتمع وكلما زاد الأهم للتحاليل بينها زادت احتمالات التعاون بما يحقق الهدف المنشود. بيد أن تنامي الاختلاف أكثر من التلاقي بينهما ويمثل هذا الواقع من أمثلة المشكلات التي تواجه التطبيق وهناك مجموعة من المشكلات التي تواجه التباين وهناك مجموعة من المشكلات التي تواجه المخططين ما يطلق عليه أحياناً مازق الباحث، حيث يقوم الباحث أحياناً إمبريقياً باختيار البيانات والظواهر ويفسرها تحت ظروف متعددة وكثيراً ما يصل بعد جهود بعظيمة وكبيرة ويقتطع طويلاً إلى نتائج والتسميات تكون بلا منطقية وحينما يتوصل الباحث إلى ما يرضاه باعتقاداته السائدة لا يرى بعض المخططين في جهودهم إلا مضاعة للوقت والجهد ولأن بدلاً من أن يروا هذا الجهد وما يبرهن على صحة معتقداتهم ويحولها إلى حقائق تجعلهم أكثر ثقة في قراراتهم أما إذا لم يوفق فاعلمهم انني خططوا من قبل على أساس بالفعل قوليت بنتائج البحث بالفراية والتشكيك وهناك مازق آخر ذلك أنه إذا استمكن له إثبات وجود علاقة بين متغيرين مثلاً، فإن الباحث لا يقول للمخطط بالضرورة ما يمكن عمله إن المخطط لا يكتفي بالعلاقة وإنما يتوقع أن يترصد البحث إلى ما يفعله بهذا الإثبات، فكما أن هناك مشكلات أخرى مثل الافتقار إلى فرص والجواء بوسائل الاتصال بين الطرفين وغياب اللغة الواحدة التي يتوصل بها الجانبان، مما يحد من إمكانية الانتفاع من نتائج البحوث ويرجع ذلك بالغال إلى عوامل شخصية تتعلق بتشكوين المخطط أو لعدم مستوى تقرير البحث والاختلافات في دلالات الألفاظ الخاصة بنتائج البحث بين الباحثين أو القائمين على التخطيط الإعلامي.

ثانياً - ٣٣ الاهتمام بالمشكلات العملية

يواسل الباحث عبد العزيز معروفون تشديد الأسباب للعلاقة ما بين الباحثين والممارسين الإعلاميين والتي تعتبر من مشكلات بحوث الإعلام في المجال التطبيقي من حيث الابتعاد عن المشكلات الحرفية التي تواجه الممارسين بالفعل في عملهم اليومي وصحتها من الرد على الأسئلة التي يثيرها التطبيق في الأجهزة المختلفة في الوقت الذي تزداد حاجة الممارسين إلى عون ومساعدة الأكاديميين لكي يواجهوا قدرًا مناسباً من طائفتهم للتشخيص العلمي للمشكلات التطبيقية وتحديد عواملها للكشف عن أسباب علاجها كلما وحيثما يحتاجون إلى تعاون حقيقي يرشد الأداء ويظهر أساليب الممارسات ويفسرهما بقدر يفهم عن الفهم.

ثالثاً - ٣٤ خطى العمل

لنال عصب الحياة وهو كذلك البحث، والملاحظ أنه بقدر ما توسع أجهزة الإعلام في الإنفاق على البرامج بقدر ما تقلد في تخصصات البحوث إذا أظهرت لها تخصصات في ميزانيتها أملاً والنتيجة المتوقعة لهذا نقص والضعف في الاهتمامات التخصصية لبحوث الإعلام هي نقص في عدد البحوث وغيور غير موزنة في كثير مما يجري فيها واستخدامها وسائل بدائية غير مجهزة لتجهيز البيانات على ما في ذلك من إرباق وإحتمالات الخطأ.

ومن جهة أخرى فإن هناك مشكلات منهجية لها علاقة بمستقبل الأبحاث الإعلامية وتشمل ما يلي:

- ١- قصور الإعلام في بلورة نظريات خاصة به حتى الآن مع تشابه علوم متعددة في نطاقه مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية في هذه العلوم الآن.
- ٢- صعوبة قياس تأثير الإعلام وعدمه في الظاهرة التي يقوم بها الباحث الإعلامي بدراساتها نظراً لتدخل عدة عوامل ومتغيرات في أحداث هذه الظاهرة، وفي التأثير في فعالية الإعلام، ومن جهة أخرى ولما كان الإعلام

يستهدف أحد آثار تراسمية طويلة المدى الذين التباس الفيزي أو العاجل الآتية برأيه صميميات شديدة ووسطي بركات خاطئة ومضللة، ويؤكد ذلك فإن عمل الباحث أن ينتظر فترة طويلة حتى يمكنه قياس النتائج القلبية على البرامج الإعلامية فضلاً من وظائفه ومتابته للمستمرية لها.

٣- صعوبة إجراء بعض التجارب العملية أو البيئية في مجال الإعلام يمكن التحال في العلوم الطبيعية نظراً لتعدد المتغيرات المؤثرة في الظاهرة الإعلامية موضوع الدراسة والصعوبة التي قد تصل إلى حد الاستعانة في بعض الحالات في ضبط هذه المتغيرات وفي أكبر عدد منها.

٤- عدم استخدام المناهج المختلفة في دراسة الظواهر والمشاكل الإعلامية والاقتصار على منهج واحد يظهر من المشاكل التي تواجه الإعلام حيث يؤدي ذلك إلى احتمال عدم التواصل أو التوصل إلى المعلومات الصحيحة وسهوية التثبت من صحتها ومصادرها ودلائلها.

٥- عدم توفر مقاييس يمكن استخدامها في بحوث الإعلام والأهم من ذلك فإن الأخطاء التي تنبع من قبل الباحثين بسبب التحيز أو التقدير الخاطئ للمعلومات والبيانات والنتائج

٦- دراسة الفرد يصنفه المستهلك للمنتج الإعلامي وهو ما يزيد من صعوبة الدراسة الإعلامية نظراً لتعدد الشبان الضعيف في احتياجاتهم وأرائهم واتجاهاتهم ودرجة التأثير الإعلامي التي تحققت لديهم

٧- التناقض الواضح في العديد من البيانات والإحصاءات وعدم صحتها.

٨- الحاجة إلى إجراء معظم أنماط الإعلام بطريقة مستمرة وإعادة تطبيقها في كل فترة زمنية نظراً لعدم ثبات نتائج هذه البحوث لفترة طويلة وتأثيرها بالمتغيرات العديدة التي تحدث بالاجتماع أو في وسائل الإعلام والاتصال وأنماطه وأساليبه وهو ما يقتضي ضرورة ملاحظتهم وتسجيلها باستمرار.

مدي تشابه مشكلات بحوث الإعلام في الدول النامية:

ركزت الدراسات المتعلقة ببحوث الإعلام على أهم المشاكل التي تعاني منها هذه البحوث في الدول النامية حكماً أصبحت دراسات قام بها أساتذة وخبراء الإعلام في الدول النامية على الجوانب السلبية ونواحي القصور في بحوث الإعلام في هذه الدول، ولا شك أن هذه الاتجاهات في التقويم موزعة إلى عدة أسباب حدث هؤلاء الباحثون والخبراء إلى التركيز عليها ومن أهم هذه الأسباب ما يلي أولاً: القضية التي تتوخسها هذه الدول، وهو ما يبين مجالاً خصباً للباحثين في دراسة مشكلات التخلف، ومن بينها التخلف في استخدام أساليب البحث العلمي في مجالات التنمية.

ثانياً: الدراسات الخاصة بدور الإعلام في مجالات التنمية الوطنية في الدول المتخلفة مما يتيح الفرصة لدراسة جوانب القصور في استخدام الإعلام بيوأيه المختلفة.

ثالثاً: افتقار بحوث الإعلام في الدول النامية إلى عدد كبير من الجوانب التي يمكن أن تستخدم في إيجرائها وتزيد من فعاليتها كمتوفر الخبرات الفنية والبحثية واستخدام الأساليب والمناهج العلمية المنظمة ومعالجة المشكلات الإعلامية باستخدام مناهل علمية منهجية دقيقة وثوابت الظروف والإمكانيات اللازمة لإجراء البحوث الإعلامية بطريقة موضوعية ونظمية للاحتياجات البحثية المتنوعة في المجالات الإعلامية المختلفة والعمية البحوث الإعلامية وما يمكن أن تسد في تطوير أساليب وطرائق الممارسة الإعلامية^(٥).

مشكلات البحوث الإعلامية في الدول المتقدمة:

ليست البحوث الإعلامية بالدول النامية تعاني من مشاكل بل إن البحوث الإعلامية بالدول المتقدمة تعاني من مشاكل وإزمات، فقد أشارت الدراسات وجود الندم من المشكلات التي تعاني منها البحوث الإعلامية في العالم المتقدم، ويمكننا

بدأت الأسئلة تثار حول بحوث الإعلام في العالم بغض النظر عن مفاهيم التنمية سواء أكانت متقدمة أم متخلفة مما حدا ببعض الدول إلى القيام بدراسات لتقييم بحوث الإعلام والتعرف على جوانبها الخفية.

وفي هذا الصدد يقول الدكتور سوبر محمد حسين الذي أتحدث له الفرصة للإطلاع على بعض الدراسات التي أجريت حول تقييم بحوث الإعلام في أمريكا والتي أوضحت أنها تعاني من بعض مما تعانيه بحوث الإعلام في الدول النامية وخاصة فيما يتعلق بالمناهج وموضوعات البحث^(١).

ومن جهة أخرى قد أوضحت دراسة تقريبية قام بها الباحثان الأمريكيان "براون وجامارتان" عن تحليل مضمون بعض البحوث الإعلامية والتي نشرت في دوريتين أمريكيتين أن البيانات الواردة بها تشير إلى أن بعض جوانب الموضوع الموضوعي أو المنهجي وعلى الشكل التالي:

١- نقص الدراسات في موضوعات عامة مثل دور الإعلام في مجال التغيير الاجتماعي

٢- اعتماد الباحثين على وسائل وأساليب بحثية محدودة ومقارنة الباحثين في علم النفس والذين يعتمدون على وسائل بحثية كثيرة ذات أهمية في مجال الدراسات.

٣- اعتماد ٧٥٪ بدلاً من الدراسات على الاستقصاءات والتجارب لغرض الاتجاهات والآراء والمعلومات.

هذه المؤشرات دفعت بعض الباحثين الأمريكيين إلى القيام بإجراء دراسات معمقة على البحوث الإعلامية المنشورة في الدوريات العلمية الأمريكية ومن أهمها الدراسة التي قام بها "جيمس لوري" بعنوان تقييم البحوث المنشورة في سبع دوريات أمريكية في عقد السبعينات من القرن الماضي فدعها إلى المؤتمر السنوي لجمعية الإعلام الأمريكية (I.C.A.) في شيكاغو إبريل ١٩٧٨ حيث تمكن من دراسة

تقييمية لبحوث الإعلام والوسائل البحثية المستخدمة فيها والتي نشرت في سبع دوريات علمية لبحوث الإعلام على أمريكسا خلال الفترة ١٩٧٠ - ١٩٧٦ مستخدماً أسلوب تحليل الضموم. هذا وقد بلغت هيئة المجلات التي خضعت للدراسة ١٩ عنداً وعدد البحوث ٥٤٦ بحثاً.

الباحث أمنس دراسته على مجموعة من التفاضلات التي سعى للإجابة عليها من خلال تحليل مضمون البحوث موضوع الدراسة وتركزت على الأسئلة التالية:

- * إلى أي مدى أو حد يهتم الباحث بالدراسات التتبعية انطلاقاً من التأكيد على أهميتها.

- * ما هو مستوى التحليل الذي تمت دراسته هل هو شخصية الفرد أم المجموعات الأولية أم المنظمات أم المجتمعات وبنية تسمية؟
- * إلى أي حد تسهم بحوث الإعلام في بناء جسم من النظرة مؤمن على النتائج البحثية؟

- * إلى أي حد يعتمد الباحثون على أساليب بحثية ومناهج منهجية ونوعية بحوث مبنية ويعملون أساليب ومناهج ونوعية أخرى. هذا وقد خلصت هذه الدراسة إلى التفرد من النتائج وعلى النحو التالي: حيث تم تقييم البحوث حسب مستويات التحليل وعلى النحو التالي: مستوى الفرد ٢٦٥، الرسائل ٢٧٢، دراسات مهنية أو أقياس ٢٦، منظمات رسمية ٢٢، مجتمع محلي ٢١٢، مجتمع عام، مجموعات أولية ١٤، غير ذلك ٧.

هذا وقد استنتج الباحث المؤشرات التالية:

- * تأثير علم النفس العام واهتمام النفس الاجتماعي على الدراسات الإعلامية من حيث التركيز على مستوى الفرد في التحليل، ومن ناحية أخرى فإن ١٢٪ من الدراسات جاءت بسبب استخدام تحليل الضموم.

✦ تقسيم البحوث حسب المناهج والأساليب المستخدمة، منجى العينة X^2 ، التمييز والمقارنة X^2 ، تحليل التباين X^2 تجارب العملية X^2 ، تجارب ميدانية X^2 ، تعامل باستخدام الحاسوب X^2 ، دراسات ميدانية X^2 ، تعامل تجريبي X^2 ، أكثر من منهج X^2 .

✦ تقسيم البحوث حسب طرق جمع المعلومات، تقارير ذاتية من الباحثين X^2 ، الملاحظة الظاهرة X^2 ، الوثائق المحفوظة X^2 ، الملاحظة الخفية X^2 ، أخرى X^2 .

أكثر من طريقة X^2 ، غير واضح X^2 ومن جهة أخرى فقد استمرت هذه الدراسة التوصل إلى خلاصات أساسية واستنتاجات عامة فيما يتعلق ببحوث الإعلام في أمريكا كتمنوع البحوث الإعلامية في الدول المتقدمة خلال المسميات والاعتمادات أهمها:

- ١- تمثل نسبة البحوث الإمبريقية 76% من مجموع البحوث الإعلامية والتي أجريت عليها الدراسة ٢٠١ من أصل ٢٤٦ بحثاً.
- ٢- ركز الباحثون في دراساتهم على فترات زمنية معينة مما لا يسمح للباحثين بإمكانية دراسة تأثيرات الإعلام خلال فترات زمنية طويلة.
- ٣- اتضح أن 2١١ من البحوث هي بحوث تطبيقية أو نظرية وهي نسبة ضئيلة جداً ما ظهرت بأهمية هذا النوع من البحوث.
- ٤- تركز 2٦% من البحوث على مستوى واحد في التحليل وهو النوع.
- ٥- ٢٠ من البحوث تستخدم منهج المسح بالعينة.
- ٦- مناهج وأساليب تستخدمها ٢١2 من البحوث من طريق المسح بالعينة، التجارب العملية، التمييز والمقارنة بينما استخدمت 5 مناهج وأساليب في 2٨ من البحوث.
- ٧- يؤكد أساتذة وخبراء البحوث على ضرورة استخدام مجموعة متكاملة ومتنوعة من المناهج والأساليب البحثية في معالجة المشكلة البحثية لكي

يمكن تشادي الأسطاد التي قد تحدث نتيجة استخدام منهج واحد، فإن معظم الباحثين الإعلاميين لا يلجأون إلى هذه الطريقة.

٨- المضح أن ١٢٪ من البحوث اعتمدت على التقارير الذاتية من البحوثيين، كما أن ١٢٪ من البحوثيين يملأون مختلف الاستقصاء بأنفسهم مما يجعل أن يؤثر في البيانات لأن للبحوث قد يفهر من معلومته إلا شعر أنه تحت التجربة معاً قد يعطي بيانات ومعلومات غير صحيحة إلا تركت له صحيفة الاستقصاء ليملاً بنفسه معظم الحالات.

تطور الأبحاث الإعلامية في الدول المتقدمة:

في هذا اللف سنسلط الضوء على تجربة الأبحاث الإعلامية في الدول المتقدمة، وقد اختلنا التجربة الأمريكية من العالم للتقدم وسنكون مصر من العالم الثالث.

إن تسليط الضوء على تجربة الدول المتقدمة جاء على اعتبار أن هذه الدول وتحدثاً بعد النصف الثاني للقرن الماضي حيث أصبحت مصدراً للإشعاع الحضري والعلمي، وخاصة في مجال الدراسات الإعلامية، والاعتماد المساند أن التطور الذي طرأ على تلك الأبحاث يمثل تطوراً يمكن أن يحدث تطوراً لهذا العلم الجديد في أي دولة أخرى، ومما لا شك فيه أن هذه المراجعة ستساعد دول العالم الثالث على اختيار الطريق للوصول إلى أبحاث متقدمة وناعمة ومتطورة من خلال الاطلاع على تجارب الآخرين لكي نستفيد من هذه التجارب.

فقد بدأت الأبحاث الإعلامية الأمريكية مع تطور الأبحاث والدراسات الاجتماعية على الرغم من حداثة، فهي بداية نشأة هذه الأبحاث بدأ شهر الدراسات الإعلامية التي تتناول الجوانب الفلسفية والثقافية والأدبية ومن ذلك التمار تهرت في فترة متقدمة الدراسات القانونية والسياسية، فقد تركزت الدراسات الإعلامية الأولى على تاريخ الصحافة حيث كانت تركز للصحف كإنعكاس لشخصيات

صحافية قامت بإصدار وتحرير تلك الصحف، وكذلك تركزت الأبحاث الإعلامية الأمريكية في بداية عهدها على مفاهيم قديمة تنكسر الصحافة وحرية الأفراد في نشر آرائهم بدون تدخل السلطات ودور الصحافة في المجتمع.

وفي المرحلة التالية ظهرت الأبحاث التجريبية واليدالية العلمية بهما ركزت الأولى على الدراسات الوصفية والتحليلية والتي تعتمد على تسجيلات التسجيلات البحوث الشفوية أو الذاتية للحقائق العلمية^(١٠) التي يدرسها.

نجد أن المرحلة الثانية من تطور الدراسات الإعلامية شكلت نقول على الأبحاث التجريبية العلمية وهي دراسات موضوعية يستشهد فيها الباحث بقدر الإمكان تحيزاته الذاتية ويحاول أن يستخدم أساليب قياس موضوعية للوصول إلى نتائج معينة إذا استخدم أي باحث آخر في أي وقت نفس منهج البحث على نفس المادة العلمية فإنه يصل إلى نفس النتائج. والدراسات الوصفية الأولى لا تتمتع بهذه الميزة العلمية لأن الباحث الذي يقرأ الوثائق ويسجل الملاحظات الذاتية عن الحقائق انقلبه عامة ي طرح بنتائج تختلف تماماً من النتائج والانطباعات التي يصل إليها الباحث الآخرون اتجاه أو خلفية علمية مختلفة، لذلك فإن الأبحاث الوصفية لا تنضم في معظم الأوقات بالانظام والموضوعية، وإن شكلت أساسية في تطور أي علم من العلوم من المرحلة التحليلية إلى المرحلة العلمية^(١١).

أهم الاتجاهات التي انبثقت منها الأبحاث الإعلامية الأمريكية:

أولاً- الاتجاه النفسي التجريبي:

اعتبر مؤرخو أبحاث الاتصال الجماهيري أن الأبحاث الإعلامية حديثة النشأة خاصة إذا تم اختصارها على منهج البحث أو طريقته أو على الوسائل

الإعلامية التي حظيت باهتمام كبير في السنوات الأخيرة مثاليهما والراديو والتلفزيون، فمختبر من المصطلحات المستخدمة حالياً مثل اصطلاح البثبات الاتصال الجماهيري لم تستخدم بشكل ملحوظ إلا عام ١٩٦٥ لكن إذا نظرنا للدراسات الإعلامية وعمق ويتوسع شديداً نجد أن الأبحاث التي تناولت العلوم الإنسانية وركزت على المبادئ البشري قد بهرت الفلاسفة والمفكرين منذ عهد الإغريق، بل قد تقول قبل ذلك، فمثلاً أفلاطون والفيلسوف أرسطو وخاصة كتابه "فن البلاغة" والتي عرفها أي البلاغة إنها الاتصال والآخر يعني البحث عن جميع وسائل الإقناع المتوفرة، وقد صنف أرسطو دراسته على النحو التالي:

أولاً: الشخص المتحدث

ثانياً: الحديث

ثالثاً: المستمع لهذا الحديث^{٢٢}.

وبالتاسية فإن من الخطابة مكان الوسيلة الإعلامية الأساسية للاتصال السياسي لدى الإغريق وذلك بسبب صغر حجم المدينة الإغريقية فقد استحوذ الإقناع الشفهي والتأثير بالكلام المباشر لقرب الأبناء للاتصال الجماهيري الذي عرفه أرسطو، وأخطب نماذج الاتصال التي ظهرت سادت على نهج أرسطو. لكن السؤال المطروح تاريخياً والذي يفرض نفسه متى بدأ الاتصال الجماهيري؟

التاريخ يجيب على ذلك حيث تشير المصادر التاريخية أن نقطة التحول في تاريخ الإعلام والاتصال بدأت باكتشاف الطباعة ذات الحروف المتحركة في أوروبا

ممثل جوتفريد فونيه "الكتاب" مكتشف الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر لكن جنود الاتصال استعدت إلى ما قبل ذلك بكثير.

إن ظهور وسائل الإعلام يذات نتيجة لتحرك جماعات بشرية بسبب ظروف الطبيعة الصعبة والقاسية والأخطار التي يواجهونها والتي اضرتهم إلى مسيرة حياتهم. والأهم من ذلك كانت وما زالت اللغة هي الوسيلة القائمة للتعامل قبل التاريخ.

والأجدية عرفت منذ فجر التاريخ ومع ذلك فقد ساهم الإنسان في تطوير الطرق المناسبة لتطويز المعرفة ونقل المعلومات من خلال إشارات الدخان وبقايا الطبول. وكانت هذه أو الوسائل الإعلامية التي لها إليها البشر وهي بمثابة الإذاعات الأولى فيما كانت القوامع الحجرية للمكتشفات الثانية^(١١).

أما في العهد الروماني فقد عرف الرومان صحت الحائط وكذلك طبعات كثير من الحطب الوثائق خلال العمود الوسطى على الخشب، فيما عرف الشرق الآسيوي الطباعة بالأحرف المعدنية (٩٠٠ - ١١٥٠) قبل أن يتعلم الإنسان الطباعة في الغرب، بفترة طويلة.

نقاش ثورة الطباعة على المجتمع الغربي:

إن اشباع ثورة الطباعة بالحروف المتحركة أدى إلى اشباع نطاق الجماهير القارئة، ومن ناحية أخرى هز الإصلاخ الديني البروتستانتي قد أجهز على الفكر الكنيسة الكاثوليكية بالإضافة إلى اعتماد الصراع ما بين رجال الدين والسياسة، وتوج هذا الصراع بولادة عصر النهضة، أو ما يسمى بعصر التنوير والذي شجع من تحرير العقول في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي حدثت بعد ذلك حيث نتج عنه ارتفاع شأن طبقات التجار

رجال الأعمال في نشر الأفكار الجديدة وخلق جماعات جديدة من الجمهور القارئ الذي ينتمي إلى طبقات اجتماعية لم تساهم قبل ذلك بشكل إيجابي في الشؤون العامة.

إن تاريخ الصحافة وتطور وسائل الإعلام بدأ مع قصة سراج الناس الطويل من أجل الحرية الشخصية والحرية السياسية والتي اعتمدت على الصحافة والصحافة ومن غير هذه الحرية هن سحر الطباعة والتكنولوجيا المتطورة لا قيمة له بالنسبة للمقاول الحرا^(١٨) فتمتد أكثر من خمسة قرون مضت بدأت الصحافة المطبوعة تثير فترة التماس النقل للادوات والأفكار، ولكن منذ الوهلة الأولى باكتشاف الطباعة أقيمت الحراجل ضد استخدامها للتأثير على الرأي العام عن طريق التدفق الحر للأفكار والأفكار وحتى عام ١٧٠٠ كان الطباعة والكتاب لاكتساب حقوق أكثر للطباعة، وصاروا لمدة قرن آخر لحماية تلك الحرية لاكتساب حق أصلي ثاني وهو حق النقد وحق الإبلاغ عن الخبر وقد اكتسب ببطء ونجاح أقل.

وفي القرنين السادس عشر والسابع عشر ازداد عدد المطابع والكتاب والدوريات المطبوعة والتي تتضمن أخباراً وآراء جديدة مما أدى إلى انتشار الأفكار الجديدة وأدى هذا الانتعاش إلى اهتمام المؤرخين وفلاسفة السياسة بالإمكانيات الهائلة لوسائل الإعلام المطبوعة، وكان هذا الاهتمام واضعاً بشكل خاص في أواخر القرنين الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر حينما لعبت المنشورات السياسية والمصحف دوراً ساد الاعتقاد بأن الأساس في قيام الثورتين الفرنسية والأمريكية، مما عرفت كدوراً صناعة الزرق والحرير والحرف المصنعي، ولم تكن الظروف مهيأة للمو وسائل الإعلام ولكن في أوروبا عندما بدأ جوتنبرغ الطباعة فكان المجتمع أكثر استعداداً للتطوير ذلك

الأسلوب الجديد في الكتابة، وإن كانت المجتمعات الغربية قد اضطرت في الأخير إلى الانتظار حتى القرن السابع عشر فظهرت لديها وسائل الإعلام الجماهيرية.

إن أوروبا لم تطور ما تعرفه اليوم بوسائل الإعلام الجماهيرية إلا بعد ثورة الطباعة على يد جوتنبرغ بسلون طويلة، وإن إدراك الناس بضرورة أن خرجت الكتب والوثائق الأولى من الطابع مدى فائدتها الاجتماعية فقد أصبحت الطباعة سلاحاً حراً حين تفرز بيد رجال السلطة السياسية وتارة في يد رجال المعارضة.

ومن جهة أخرى وقبل اختراع الطباعة بالحروف المتحركة قامت التهورات وورقات الأخبار المكتوبة باليد ببعض مهام الصحافة وكانت أثناء من أدوات التجار، وقد أشارت بعض المصادر إلى أن القبلات أرباباً معززي تلك الورقات الإخبارية التي ظهرت في أيارهم ويفرسون عليها الرقابة لما فيها من الأثر.

من جهة أخرى كذلك فقد نشأت الأعطاش الليبرالية للثورة الفرنسية انقياد الطبقات العامة من خلال التيارات الشعبية حكما وأثارت بين تلك الطبقات اهتماماً بالقراءة في منتصف القرن الثامن عشر حيث انترف الفلاسفة بثرة الرأي العام وأهميته وأبدى المفكر "جان جاك روسو" تقديره واحترامه لهذه الظاهرة، وأشار إلى أن جميع النظم السياسية حتى الاستبدادية عليها تقوم على تأييد قبول الرأي العام، وأنه يلائل لا يمكن تطبيق القوانين السياسية والحدائق والنسبة بدون قبول عامة الشعب والتأييد لهذه القوانين، وحينما حصل رجل الشارع على الحرية السياسية وانتشر التعليم المجاني وصلت وسائل الإعلام إلى الجماهير متخطية الأقلية ذات العظوة والنفوذ، وكانت تلك الجماهيرية أعز الحاجة إلى المعلومات لكي تقوم بدورها الصحيح في النظام الديمقراطي وتستفيد من الفرص المتوفرة لها، وساعد ظهور الصحافة على تكوين رأي عام.

واهي في أوروبا فما كان يحدث في العاصمة يصبح خلال أيام قليلة معروفاً في سائر البلاد . حيث أدى ذلك إلى ظهور أنواع جديدة من الحكومات في فرنسا وبريطانيا واستعراها سواها.

الفصل الثالث

تطبيق أساليب البحث الحديثة في مجال الاتصال

سبق وأن أشرنا إلى أن أبحاث الدراسات الإعلامية بدأت في العقد الثاني من القرن الماضي - وركزت على النموذجين الرقبي والسلوكي، وكما أشرنا إلى تخصص الإعلام والصناعة هو من التخصصات الحديثة جداً، وبالتالي فإن بحوثهما انطلقت من هذين النموذجين، إن بحوث الإعلام تركّزت في بدايتها على جانب من جوانب الرسالة الإعلامية وهو الجمهور، والناس أو لفظت عن قصد أو دون قصد، وهي أو دون وهي مضمون الرسالة أي المنتج الإعلامي للرسالة والتي يفترض أنها تحدث التأثير المطلوب وللرغوب من وجهة نظر المرسل أو القائم بعملية الاتصال سواءً أكان طرفاً أو مؤسسة.

لقد ازداد الاهتمام بتطبيق مناهج البحث الحديثة في مجال الإعلام خلال العقود الخمسة من القرن الماضي للأسباب التالية:

أولاً، ازدياد اهتمام الجهات الحكومية بالصناعة خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية مما أدى إلى دراسة التأثير الإعلامي على الرأي العام ككلمة معائد هذا الاهتمام بتطوير مناهج البحث الحديثة وتطبيقها على نطاق واسع لقياس التأثير. وقد استمر اهتمام الحكومة الأمريكية بالبحوث الاتصال بعد الحرب العالمية الثانية، فكانت وزارة الزراعة والإعلام الريفي بعمل دراسات عن الاتصال تدرس الأساليب الجديدة والتكنيات الجديدة بين الجماعات القروية، حكما اعتمدت نفس الوزارة بعمل دراسات عن التسويق والإعلان.

ثانياً: بدأت الجامعات في المجتمعات الغربية الديمقراطية تشعر بالتناقض من استخدام وسائل الإعلام في السيطرة السياسية في الاتحاد السوفياتي آنذاك، وإيطاليا وأثانياً حيث استخدمت وسائل الإعلام بفعالية لزيادة نفوذ تلك الأنظمة على المستوى الداخلي والخارجي مما جعل هذا الوضع بعض علماء الاجتماع يخطمون قدرات وسائل الإعلام على التأثير والسيطرة على العقول.

ثالثاً: أدى تركز وسائل الإعلام في أيدي قليلة في الولايات المتحدة وإنجلترا والندول الأوروبية الأخرى واختفاء الصحف المثقفة في غالبية المدن في المجتمعات الغربية واستعداد ظاهرة الاحتسار إلى ميدان الإذاعة والتلفزيون في أمريكا إلى زيادة قائل المصلحين الاجتماعيين والمشرعين من تأثير احتسار أغلبية وسائل الإعلام واللغوية وخاصة الوسائل الجديدة التي تطورت بسرعة، لذلك عملوا على دراسة ظاهرة الاحتسار الصحفي وتأثيرها.

رابعاً: ازدياد المناقشة بين وسائل الإعلام سواء للطبوعة أو المسموعة أو المرئية خاصة، أدى النقاش في دراسة التأثير السياسي لوسائل الإعلام وبشكل خاص أثناء حيلات انتخابات الرئاسة إلى اكتشاف خصائص جديدة عن الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في المجتمعات المتقدمة، كما وأوضح الدور الذي تلعبه الجماعة في التأثير على أعضائها، وكذلك أجريت دراسات عن الإشاعات وخصائص الوسائل الإعلامية المختلفة وتولت الهيئات الأكاديمية مثل مركز الدراسات الاجتماعية التطبيقية بجامعة تكساس ومؤسسة الأبحاث الإعلامية بجامعة ييل وسنغافورة وإلخري مسؤولية إجراء تلك الأبحاث وتطويرها.

سابعاً: جذب التلفزيون في الخمسينات اهتمام الباحثين وما زال، وكانت أبحاث التلفزيون في البداية تتركز لأن شبكات التلفزيون كانت تقوم بعملية متعملة خسارة مادية لكن تدريجياً علا شأن التلفزيون وظهرت الحاجة إلى عمل

أبحاث للناس فاعلية التلفزيون على الأطفال وتأثير برامج العنف والجريمة على انحراف الأحداث، وكذلك دور التلفزيون بالتعليم. ساهم أيضاً تعاون الهيئات الأكاديمية والمعاهد العلمية في الخمسينات في إجراء البحوث، فانتشر البائل من المعلومات والتي أجمعت جعل سلالات الباحثين وتعاون العلماء من الضرورات، وقد تحقق ذلك سنة ٥٢ = ١٩٥٢ حينما قام معهد الصحافة الدولي بزيورخ بتمويل دراسة من طرعة الأخبار الطلوجية في هيئة صحف الولايات المتحدة ودراس البول الأوروبية، وقد قامت عدة جامعات أمريكية بقيادة جامعة منسوتا بتحليل مضمون الأخبار الطلوجية في ١٠٥ صحيفة أمريكية في فترة مدتها أربعة أسابيع في أكتوبر ١٩٥٢ ويناير ١٩٥٢ ومضمون ٤٩ صحيفة أوروبية و ١٢ جريدة إنجليزية تصدر في الهند علاوة على ١٢ صحيفة أخرى تصدر باللغات الوطنية أي أن المجموع ١٧٧ صحيفة، وقد نشرت الدراسة سنة ١٩٥٢ تحت عنوان "تدخل الأخبار".

بالإضافة إلى ذلك فقد زادت الأبحاث العلمية التي تتناول الاتصال البشري بشكل كبير خلال السنوات الماضية نتيجة لازدياد الاهتمام بالاتصال في مجالات علمية كثيرة، فقد أصبح دراسة التفاعل الإنساني محوراً لاهتمام أكثر من عشرين مجالاً من المجالات الأكاديمية لدخول ذلك التفاعل في نطاق تخصصها، فقد ساهم المختصون في دراسات الهندسة والرياضيات في تطوير مجالات الدراسات الإعلامية بتقديمهم نظرية السيميائية ونظرية المعلومات ونظرية النظم العامة، وكذلك اعتمدت العلوم الاجتماعية التي يدخل في نطاقها الأنثروبولوجيا بدراسة الاتصال لأن علماء الإنسان يهتمون بشقعة على أنها اتصال، ذلك فضلاً عن أن الباحثين المتخصصين في -- ينظرون إلى العلاقات ما بين الفرد وأوجه نشاط الجماعة على أنها اتصال، وفي مجال العلوم الاجتماعية نجد أن علماء الفنون يهتمون اتصالهم للتواصل وبناء اللغة على أنه اتصال، وأخيراً نجد أن مجالاً عريضاً من مجالات المعرفة مثل

العلوم الإنسانية ويشتمل خاص الفلسفة والملائمة والجغرافيا حيث يقدم للباحثين في مجال الاتصال نوعية شريفة من التفاهد والتعاطف من التفاعل البشري^{٢٢٢}

وهذا تدخل إلى حنيطة الاتصال أو علم الاتصال والذي لم يعد من العلوم ذات الحدودية الاهتمام فهو لا ينصب على فرع واحد بل أصبحت موضوعاته محورا لكل الدراسات على الإخلاق وشبهوي أفقة مراكز الدراسات والأبحاث والتطبيقات، وربما طلق هذا سبباً من أسباب إحسان الباحثين بصورية وضع تعريف دقيق لهذا العلم وهو الأمر الضروري الذي يواجه أي باحث يتعمق في دراسة أي علم من العلوم فقد شرعت موضوعات الاتصال الإنساني، فتداخلت مع موضوعات أخرى، ويواجه الباحثون صعوبة كثيرة حينما يحاولون تحديد مجال واحد لنظرية، لأنه ليس هناك طريقة فعلى في شكل ممكن لتحديد نطاق التفاعل الإنساني. فهناك أكثر من صيغتين وصفاً لعملية الاتصال، وهناك العديد من الأشكال الاتصالية التي تشرح هذه العملية. وعند أبحاث الرياضي كلود شافون سنة ١٩٤٨ ظهر أكثر من خمسة عشر نموذجاً مختلفاً للاتصال. وعند ذلك الوقت شهد مصطلح الاتصال انصاعاً كبيراً بشكل جعل من الصعب تحديد أعداد عملية الاتصال بشكل دقيق حتى إن بعض الباحثين اعتبر أن مصطلح نظرية الإعلام قد طرأ عليه تغيير خلال العقود الأربعة من القرن الماضي.

قد اعتبر الباحثون أن نظرية شافون روبرت للاتصال هي نظرية رياضية قبل أن تكون اتصالية أو إعلامية، وفي الخمسينات من القرن الماضي تم تعريف نظرية الاتصال، واعتبرها الباحثون بأنها محصورة وسبقة للغاية وانصبت على الاهتمام أو الاهتمامات الفنية في نظرية المعلومات أي أن الاتصال هو تزويد الجماهير بالمعلومات. وكان الأساس لواقعي نظريات الإعلام أو المعلومات هو ليس شرة للمعلومات التي يمكن إرسالها نقلها على وسائل مثل الراديو، والتلفزيون، ثم بذلت محاولات عديدة لتطبيق نظرية المعلومات على ميدان علم النفس، وكما هو متوقع ثبت أن الأساليب التي استخدمت لدراسة أنظمة مثل التفويجات غير مناسبة بشكل

خاص حينما تستخدم لدراسة الأسلوب الذي يتم به اختيار نقل واستقبال المعلومات بين الناس أن الأفكار التي استخدمت لتطبيق نظرية المعلومات على ميدان علم النفس سلّمت إلى إظهار الحاجة إلى نظرية سلوكية جديدة: للاتصال الإنساني حيث تعدّ إن بعض اللزاقات استخدمت اصطلاح نظرية الاتصال لتشير إلى مجال البحث التي تهتم بطوم أخرى لها أساساً ذات طهيمة سلوكية تتناول عمليات الاتصال البشري.

من خلال الاستعراض لأهم الدراسات الإعلامية التي أجريت خلال الثلاثينات من القرن الماضي في الولايات المتحدة نجد أنها تركز بما يلي^{٢٥}:

أولاً، هذه الدراسات ركزت على تأثير الاتصال على المدى القصير أي الوصول إلى إيجابيات لمشاكل مباشرة ويرجع السبب في ذلك إلى تأثير معولي الأبحاث الذين كان أغلبهم من المعلنين المهتمين بمعرفة مدى فاعلية الوسيلة الإعلامية والرسالة على المدى القصير، فأغلب الدراسات الإعلامية بعد الحرب العالمية الثانية اتجهت بضرورة الوصول إلى إيجابيات عن الأسس العملية التي تتناول مشاكل الاتصال العملية وليس فقط المشاكل المتعلقة بقدرة الوسائل الإعلامية على بيع السلع واهتمامات القراء والشاهدين لوسائل الإعلام.

أما في أوروبا فقد كان الاعتماد في مجال البحوث محدوداً للغاية بل إن B.B.C هيئة الإذاعة البريطانية ترفض إجراء بحوث على الجماهير ورفض اهتمامهم على أساس أنها ترفض العير خلف رغبات الجماهير، وقد تغير هذا الوضع الآن خاصة بعد إنشاء مؤسسات تهدف لبحث العلمي في أوروبا.

ثانياً، فقد الظواهر الإعلامية، لقد شغل تشد الظاهرة الإعلامية في منع دراسة العديد من المشاكل الاتصالية أو مشاكل الاتصال والأجهر عملية يدخل في تحديد نتائجها اعتبارات نفسية واجتماعية وسياسية حيث كان من الصعوبة التحصنم في تلك الظواهر الإعلامية ودراسها دراسة دقيقة في العمل أو الظروف الطبيعية كما وصف ذلك، وأبر شرام أي أننا حينما ندرس عملية الاتصال والتأثيرها

البحث الإعلامي وتحليل الخطاب

لا نستطيع أن نعرف ما يحدث داخل الفرد والتفاعل بين الأفراد والجماعات وطبيعة اللغة والرموز والمعلومات وغير ذلك، فالإتصال هو أساس العملية الاجتماعية، وهو يدخل في كل الاهتمامات السلوكية والاجتماعية، أي أن من طبيعة الإتصال تداخله مع العلوم الأخرى، لذلك يحتاج في تحليله إلى أساليب متعددة من علوم اجتماعية كثيرة، فكما يحتاج للهمة إلى سلسلة من المبادئ والمفاهيم للتداخل، أي أن تعدد الظواهر الإعلامية أثار دراستها دراسة علمية.

وأخيراً، لم تتمكن الأبحاث القديمة من دراسة التأثير التواصلي للتعريفات لوسائل الإعلام كسبعية دراسة هذا التأثير والتحليلاته إلى مبالغ طفيفة فضلاً عن الإهمال من قبل الأبحاث إلى حد كبير إجراء دراسات منظمة لديناميكية العلاقات بين الأنظمة المختلفة سواءً أبحاث إعلامية أم اجتماعية حيث تسبب تلك الوسائل في إظهارها وتآثرها بها أي أنه لم يتم دراسة الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام بشكل عام في المجتمعات، وهذا الدور هو الأساس لمعرفة دور الإقناع الجماهيري في أي مجتمع من المجتمعات، ومع ذلك فقد ظهرت بعض الدراسات الوصفية والتي استخدمت أساليب التحليل الوصفي في دراسة طبيعة ودور الإتصال في شكل من الاتحاد المنطوقاني سابقاً، وتكثرت على المجتمعات والفرد وهي أساساً دراسات لتناول تأثير المجتمع كنظام على الدور الذي لعبه رسائل الإعلام وأساليب الإتصال الواجعية.

وأخيراً: لم تعمل الدراسات والأبحاث ضمن أسس منهجية ونظرية، وإنما تركزت على الاستقصاءات والاستطلاعات القياس مجرد درجة القراءة أو الاستماع أو المشاهدة.

وخلاصة القول والذي منه نتيقن أن الفضل في دعم أبحاث الإتصال ودراسته يعود إلى شكل من "هارولد لازويل وسكوت ليبور" وشكل "هوفلاندر" في تطوير أبحاث الإتصال الجماهيري لتأسيسهم في بناء الأسس الحديثة لنظريات الإعلام أو الإتصال والتأثير الشخصي وأسس البلاغة الحديثة، فكما أنه لا بد وأن ننظر إلى

أبحاث مكلود وشامون ووربرت، وهنر فقد شكلت منهجيه على دراسة النظريات النقدية في منهجية الاتصال والمستهلكات في مجال دوائر التلفزيون والآلات تناسب، إلا أن المجالات العلمية التي قدمها هؤلاء الباحثين شكلت له الأثر الكبير في دراسة الاتصال الجماهيري والتنظيم الاجتماعي للمجتمعات الإنسانية، كما ساعدت الباحثين على تطوير نماذج لمعاملات الاتصال بشكل عام

اتجاهات الأبحاث العلمية:

ستناقش في هذا الإطار أبرز الاتجاهات التي ارتبطت بالأبحاث الإعلامية والتي بدورها ستمساعدنا على فهم طبيعة كل اتجاه من منطلق أنه لا يوجد اتجاه واحد للبحث الإعلامي، وإنما اتجاهات متعددة حيث يمكن تصنيف هذه الاتجاهات إلى ما يلي:

أولاً- الاتجاه السياسي:

يعتبر هارولد لازويل الأب الروحي لهذا الاتجاه والذي يهتم بدراسة تحليل الضغوط من أنساب الرئيس، والمناقشة يعتبر لازويل باحث سياسي قبل أن يصبح باحثاً إعلامياً حيث عُرب في جامعة شيكاغو وعمل في مجال التمريض بها كما وعمل في جامعة ييل.

اعتمد في منهجه على الأسلوب التحليلي ولم يعتمد على الأسلوب الاستقصائي والتجريبي فكان رداً من رواد الدعاية في دور وسائل الإعلام في الدعاية والمجتمعات، كما وسلط الضوء على أثر اصحاب النفوذ السياسي ومراكزهم في الاتصال يمكن شهرتهم البحثية جاءت من تحليل الضغوط على أساس علمي وترسخت دراساته على ما يلي:

١- وثيقة الاتصال بالمجتمع.

٢- علاقة الاتصال بالحكومة.

٣- توزيع السلطة وممارستها.

- ١- عوامل المديونة والإشراف على وسائل الإعلام.
- ٥- استخدام الاتصال كوسيلة أو أداة في يد الحكومة أو السياسة.
- ٦- الاختلاف ما بين نظم الاتصال في الدول والثقافات المختلفة.
- ٧- اقتصاديات الاتصال.
- ٨- طبيعة القارئ في الاتصال.
- ٩- مضمون وسائل الإعلام.

هذا وقد نوج بهد لاسويل باحثان أشهرهم دانييل لازر، لويسيان ماي، وأثيل دي سولا بول، هكارل نورثن، وقد أضاف هؤلاء الباحثين إضافات جديدة حيث توسعوا في دراسة الاتصال السياسي بدءاً من أنظمة الاتصال في الدول النامية والاتصال الدولي ودراسة عملية التصدير.

الاتجاه السلوكي الاجتماعي: أي الميكولوجي، ومن أشهر رواده "هكارل هوفلاند، وبيول لازيفيك، وكثرت ليون" فقد ترك كل واحد من هؤلاء آثاره الملموسة لدى تلاميذه من جهة دعم وسائل البحث ومن جهة أخرى ركز لازيفيك على استقصاء الرأي العام وتأثير وسائل الإعلام، فيما ركز بشكل خاص على العلاقة ما بين التأثير الشخصي وتأثير وسائل الإعلام - فيما ركز هوفلاند على وسائل الإقناع، فيما ليون ركز على الجماعات والأدوار الاجتماعية.

ويستغل هؤلاء الباحثين الأعداد في مجال الاتصال أنهم استخدموا الاتصال كوسيلة للوصول إلى نتائج تخدم اهتماماتهم الأساسية، فمثلاً لازويل اهتم بالجوانب العامة أو الشاملة، أما لازيفيك فقد اهتم بالتفاصيل "Micro" فيما ركز ليون على الجماعة، حيث مكّن موقفه ما بين موقفين الباحثين السابقين الذين سبقاه، فيما أضف يونارد تروسون إلى مجالات هؤلاء الرواد المجالات التالية:

أولاً- المجال الإسلامي:

أي الاهتمام بتعليم وسائل الإعلام أو الاتصال وتطويرها وأساليب السيطرة عليها ومسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع. وانطلقت فلسفة هذا الاتجاه من تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية التي تشكلت سنة ١٩٤٢ وقدمت تقريرها عام ١٩٤٧. وقد وقف الإعلام التجاري الأمريكي موقفاً ملأحظاً من هذه اللجنة ولم يؤتم بها أحد باستثناء معاهد ومجلات الإعلام والصحافة.

ثانياً- المجال التاريخي:

أي الاعتماد على دراسات عقل من "ديفيد رابسان وهارولد آيبن" حيث ركزوا على تاريخ المثاليين بالاتصال ووسائل الإعلام. ومن جهة أخرى تعتبر مؤلفات كل من هارولد لوثرموت، وأرنولد هاوزر والتي اعتمدت على السرد والصير الفلسفية وهي من المساهمات في هذا المجال.

ثالثاً- المنهج الصحفي:

أي شوق معاهد الصحافة والإعلام ومراكز الأبحاث الإعلامية وبعض الأكاديميين، مثال حكيمي، ريموند ليهكون، وولير شراخ، وهذا الاتجاه اعتم بتواخي السيطرة على وسائل الاتصال وخصائص القائل بالاتصال واعتمادات قراءة المسند، ومسؤولية الإعلام في المجتمع، وغير ذلك من الاهتمامات المنطية الأخرى.

رابعاً- دراسة فلسفة اللغة والمعاني:

أي تطبيق نظرية للمعلومات على الاتصال الإنساني، هذا المجال شغل بال المفكرين في علوم الفلسفة، الأنثروبولوجيا والروايات، علم النفس، اللغويات.

خامساً- دراسة دور الإعلام في نشر الأفكار الحديثة:

وأشهر أعلام هذا الاتجاه روجر سكبر وشوميسكر، حيث ركزوا على التول النامية وخاصة تغير القيم والمبادئ والمعتقدات الاجتماعية بسرعة، هؤلاء الرواد هم أصلاً من المهتمين بالزراعة ونشر الأفكار المستعينة.

مميزات الأبحاث الإعلامية:

من السمات العامة لأبحاث الإعلام وبشكل عام أنها تختلف بها يلي:

١- البساطة وخاصة في بداية انطلاقها في الثلاثينات من القرن الماضي حيث سلطت الأنوار على الدعاية الإعلامية، وبعض الاستراتيجيات التي مكنت تقوم بها وسائل الإعلام للتميز، على اتجاهات الجمهور وأثراته وأذواقه، ثم تطورت هذه الأبحاث إلى مرحلة القيام بالدراسات التي تستهدف التنبؤ بسلوكيات الإعلان وتنظيم الحملات الانتخابية، وإثراء العلاقات العامة وزيادة مبيعات الصحف إضافة إلى استنتاجات الرأي العام.

إن هذه المرحلة التي انطلقت فيها الأبحاث الإعلامية ركزت على النموذجين الوصفي والسلوكي من مطلق أن نخمس الإعلام والاتصال هو من التخصيصات الحديثة جداً، وبالتالي فإن بحوثهما انطلقت من هذين النموذجين⁴⁸.

إن بحوث الإعلام في بدايتها تركزت على جانب من جوانب الرسالة الإعلامية وهو الجمهور، ونقاست أو افلقت عن دون قصد أو قصد مضمون الرسالة الإعلامية أو المنتج الإعلامي للرسالة والتي يفترض أنها التي تحدث التغيير المطلوب أو المطلوب من وجهة نظر المرسل أو الخاتم بعملية الاتصال سواءً كان فرداً أم جماعة. إن دراسات تحليل المضمون الإعلامي تركزت على شكل الرسالة الإعلامية بالرغم من أن المنتج الذي سلوت عليه اعتمد التحليل الحكمي لمضمون أو محتوى الرسالة، وإن هذا القيد يورد إلى الباحثين يربسون من خلال البحث الذي نشره في الخمسينيات تحت عنوان: "التحليل الحكمي للمحتوى في البحث الاتصال"، ومن هذا واستناداً إلى مساهمات بيرسون وآخرون سادت تقاليد التحليل الحكمي للدراسات الإعلامية وأصبحت جزءاً من التقاليد البحثية في مجال الدراسات الإعلامية، لكن الملاحظ له أن مثل الدراسات التحليلية لم يكن عاجزاً في هذه الأبحاث والدراسات من منطلق أن الأبحاث التحليلية هي أبحاث متعزلة ولا تتعلق بالوضعية

ومن هنا فقد اعتبر الباحث الأمريكي تومبكينس أن التركيز على الأبحاث الحكومية يعود إلى:

أولها: الاعتقاد السائد بين الباحثين أن المجالات العلمية لا تدرس الأبحاث الحقيقية ثانيها: نقص التدريب في تحليل النصوص الصحفي. ثالثها: قلة الاهتمام بدراسة مضامين الرسائل الإعلامية، والذي يرتبط بانشغال نخبة الإعلام في إطار الوضعية والسلوكية.

٢- ثم تطورت أبحاث الاتصال الجماهيري وأصبحت مبدئاً متخصصاً يستجيب أساساً إلى ذلك شأن العلوم الاجتماعية الأخرى لاحتياجات السوق الأمريكية، وتتخذ مختلف الدراسات التجريبية والمنهجية التي ترتكز على الجانب الاقتصادي والتجاري. وهكذا نكون لنا الاستعارات الاقتصادية والسياسية هي التي فرضت أجندتها على الأبحاث الإعلامية في الدول الغربية حتى الحرب العالمية الثانية.

٣- ثم اتجهت هذه البحوث تجاه آخر حيث شهدت تغييراً تدريجياً على مستوى الموضوعات أو الشاغل، وأصبحت هذه البحوث حتى شملت مجالات عديدة تعتمد على علم النفس الاجتماعي، علم النفس السلوكي، الاستغالة بالوسائل الخفية للمطبوعات والأساليب الإحصائية التقليدية وعمليات المسح الاجتماعي.

٤- وفي بداية السبعينات ركزت البحوث الإعلامية على وظائف وسائل الإعلام إلى إجراء دراسات عن أنوارها الفنية التقنية ووضع تسميات أولية لقطم اتصالية جديدة، وقد تواترت هذه الاهتمامات مع موجة الاستقلال التي شملت معظم دول العالم الثالث. وأسفرت عن ما يسمى بالطريقة الإعلامية للدول النامية والتي تضمنت العديد من المعاهد ومراكز البحوث والدراسات الإعلامية على اعتماد الفهارس الثلاثة.

بعد هذا العرض يمكننا تلخيص هذا الملف على النحو التالي:

أولاً: في فترة العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين تطورت أبحاث الاتصال حيث بدأت وسطها أي الاعتماد على التحسس والتخمين ثم انتقلت إلى حتم

العلوم السلوكية والتي تستخدم علم الإحصاء والرياضيات، وبالتالي تحولت عملية القياس والمعرفة إلى علم نتيجة استخدام المعينات والأبحاث الهندسية والتجريبية العملية.

ثانياً، تطورت الأبحاث الإعلامية في الخمسينيات واعتدت لتشمل وسائل إعلام جديدة وكذلك امتازت هذه المرحلة باهتمام علماء السياسة الاجتماعي، الذين بأبحاث الاتصال والأهم من ذلك أنهم نظروا الاتصال عملية مستمرة.

ثالثاً، والأهم من ذلك توج بهدف البحث العلمي الإعلامي والمتمثل في تكوين نظريات على أساس علمي تجريبي، فمثلاً فقد حل محل الأبحاث التاريخية والفلسفية والإدارية أبحاث تركز على تأثير وسائل الإعلام وكيف تقوم هذه الوسائل بعملها وكما وتم التركيز على عملية الاتصال، إن هذه الأبحاث لها طابعه كمية وكمية وكيفية أو وصفية أو تاريخية.

والسؤال الذي يطرح نفسه ما الذي تغير من الأبحاث الإعلامية الكيفية إلى

الكمية؟

إن الانتقال من مرحلة الأبحاث الإعلامية الكيفية إلى مرحلة الأبحاث الكمية لم تتمكن من سحق الأبحاث الوصفية خلال منتصف القرن الماضي، فالعلاقة الرياضية تقول أنه كلما تقدمت الأبحاث الكمية زادت الحاجة إلى التفسير الكيفي، هذا من جهة ومن جهة أخرى فقد ازدادت الحاجة إلى الدراسات التاريخية ودراسة العملية ووصف نظم الاتصال في الدول الأخرى، وقد اتسبت معظم دراسات الاتصال في الحقبة الماضية من القرن العشرين على دراسات الاتصال الدولي، حيث تجرئت العديد من الدراسات التي تهدف إلى معرفة كيف يمكن على عقول البشر وكسب صداقتهم لكن المهم أن نسمى جميعاً إلى معرفة نظم الاتصال في كل دولة أي ما هي النظريات الاتصالية أو الإعلامية لكل دولة، وهذا ما أجاب عليه كتاب نظريات الإعلام الذي صدر عام ١٩٤٦ حيث تم تصنيف النظريات الإعلامية على مستوى المكروكسب إلى

أربع نظريات، طالما أن دراسات نيكسون وشرام ولوسيان باي تركزت على تأثير التطور الاقتصادي والاجتماعي على الإعلام وتأثير الإعلام في تلك المجالات مثل التعليم، والدخل القومي وتوزيع الثروة، والاستقرار السياسي، وغير ذلك من المفاهيم^{١٤١}.

ومن جهة أخرى فإن الأبحاث الإعلامية في العالم الغربي تطورت تطوراً طويلاً، ففي العقد الثامن والتاسع من القرن الماضي قام الباحث تومبكين بتحليل مخطبات البحوث المنتشرة في المجالات الإعلامية الأمريكية خلال الفترة من ١٩٤٨ - ١٩٩٤، حيث وجدت ستة بحوث استخدمت منهج البحوث الحقيقية^{١٤٢}. طبعاً ويشير الباحث بوي لبي خلال عام ١٩٩٨ أن الرسائل في النصوص الإعلامية لم تكن الاهتمام في مجال البحوث الإعلامية خلال العقدين من القرن المنصرم، ومن وجهة نظر أخرى يشير الباحث إلى أنه خلال تلك الفترة تركزت البحوث على عملية إنتاج واستقبال الأفراد أو المجموعات الرسائل الإعلامية وذلك رغم أن الأفراد المثقفين يفسرون النصوص الإعلامية وفقاً لحياتهم الشخصية وخبراتهم وتجاربهم الذاتية، إلا أن الناس ذلكة تأثروا حاسماً على تفسيراتهم^{١٤٣}.

ومن الجدير بالذكر، ونذكر من هنا وسبادة منهج التحليل النكمي فإنه تعرض إلى مجمرها من الانتقادات الحادة والتي تسببت على ما يلي:
أولاً: الشكل، أي تحليل المضمون النكمي
ثانياً: عدم موضوعية تحليل المضمون النكمي والتي تدعى بدون أساس النظرية الموضوعية وهي برأيه منه

ثالثاً: نزج إلى ثقافت النفس وتحوله إلى مجرد أرقام.
رابعاً: التحليل يجعل سياق النص وملاقات القوى داخله وسنطور التفاعل.
وفي ضوء ضاعي ظاهرة الانتقادات الحادة لمهج تحليل المضمون النكمي بدأت الظروف تهيأ على استحياء لبعض التحالولات لتسماح باستخدام مناهج التحليل

الخطيفي في دراسات النصوص الإعلامية لمتن هذه البدايات مكثت متكررة ولعدة أسباب:

أولاً: التوجه في بداية التحليل

ثانياً: الخطم

ثالثاً: عدم التوضيح والتشكامل المنهجي والإجرائي، وبالتالي من ككل هذه الشطحات والتسطيعات لكن المنهج الخطيفي تمكن من معالجة هذه المعقبات ومراجعتها وتحديها أو تحدي شكل أشكال التناهد في مجال الدراسات الإعلامية.

ومن جهة أخرى واعترافاً بالجديد يسجل للباحثين الأوروبيين بشكل عام والاستكشافيين بشكل خاص بأنهم هم الذين دعموا استخدام التحليل الخطيفي للمحتوى من منظور إيديولوجي، وعرف هذا الاتجاه بالاتجاه الإنساني والذي ركز على علاقات القوى التي تحاول أن تعبر عن النصوص الإعلامية.

إن الاتجاه الإنساني سعى إلى تطوير أوراق التحليل الخطيفي مستقدياً من التطور الهائل الذي تحقق في حقل الدراسات السيميولوجية واللغوية "العلاماتية" وتحليل النص، ومن أبرز باحثي هذا الاتجاه الدينماركي "بيتر لارسن" والذي اعتبر أن التحليل الخطيفي ليس غاية بل هو وسيلة.

كما ويسجل الباحث ما مألوف الذي سجد وأطرى التحليل الخطيفي والذي يلزم على الشخص الدقيق لسمات اللغة التزم تحليلها، كما ويكفل على الملاحظة الصريحة والفهم الذاتي للذين يقومون بالتحليل مع الاهتمام بوجهات نظر الآخرين، وتقبل نتائج إعادة التفسير، كما وأضاف إلى أن المصطلحات السيميولوجية والنظرية البراجماتية للمعنى، وقواعد التفسير على أساس التحليل القوي للنص يعتبر من أهم

أدوات التحليل النظمي، وذلك بسبب أنها تحتوي على المبادئ الأساسية للتطبيق وشرح مفصلة لهذه محل الدراسة.

من جهة أخرى فإن الأعمال الأولى للمدرسة الفرنسية ارتبطت بعدد من التغيرات الرئيسية مثل مكلود ليفي شتراوس، وروان بارث، جان لوكان، ميشال فوكو وعودة إلى فترة السبعينات والثمانينات فقد تمكنت السيميولوجيا أو الملاحظة من قيادة حقل النصوص الإعلامية، حيث تمكنت من تحديث أساليب التحليل للنص في اللحظة التي هيمن التحليل الأيديولوجي على هذا الحقل وأخر السبعينات وبداية الثمانينات.

هذا الواقع الذي تحدثنا عنه في منابع الدراسات الإعلامية سواء الحكمي أو الحكمي لم يأت استكمالاً لدراسة الرسائل أو النصوص الإعلامية بسبب علاقتها بالمشاهدة والعقد مع الزمائل السابقين مع فئة المنتج والقرى للبيئة عليه، ومن خلال هذا التداخل تمكنت وتطورت محاور التحليل الحكمي وخاصة في عقد الثمانينات من القرن العشرين باتجاه منابع جديدة سمي بتحليل الخطاب وتحليل الخطاب النقدي.

هذه المحاولات تأثرت بهيمنة اتجاه سمي ما بعد البنيوية بالرغم من عدم الاتفاق على مفهوم الخطاب إلا أن ذلك أصبح يستخدم على نطاق واسع في تحليل النصوص الإعلامية.

تطور الأبحاث الإعلامية في مصر:

إن التاريخ مصر كمتنوع من دول العالم الثالث وكذلك العالم العربي هو مثال واقعي من تجربة الأبحاث الإعلامية وإن اختبار التجربة المصرية لم يأت عتداً، فأول تجارب الصحافة المكتوبة كانت في مصر، وأول دولة دخلها الطباعة كانت مصر، ومصر هي واحدة وثالثة الأمة العربية وإذا نهضت مصر نهضت العربية، وإذا نهضت مصر نهضت العربية، كما أن مصر هي أول دولة عربية تم فيها إنشاء

الأكاديمية للدراسات الإعلامية في جامعة القاهرة ومصر هي الدولة العربية التي أنشأت مكتبة للإعلام والصحافة والتي تخرج من خلالها فوجات الماجستير والدكتوراه.

هذا النموذج الذي تقدم به دراسته يمثل أحد دول العالم الثالث والعالم العربي وأن الأبحاث الإعلامية في مصر قد توجت نهجاً علمياً وتاريخياً وفقروناً في بداية الأمر، وهي أبحاث تعتمد أساساً الوصفي وكما وصفت تلك المستورة جيهان رشدي، لكن الأبحاث الإعلامية في مصر تطورت وانتقلت نقلة نوعية أو قل مقبولة، حيث ركزت على الأبحاث التطبيقية والتجريبية والتحليلية على الدراسات الإعلامية.

إن أهم التوصل التي ساهمت في جذب الأبحاث الإعلامية بمصر يعود إلى وجود قسم للصحافة بجامعة القاهرة، والذي أنشئ عام ١٩٥٦ وبالتحديد مكتبة الإعلام والتي أنشئت عام ١٩٦٠ وكذلك قسم الإعلام بالجامعة الأمريكية الذي أنشئ عام ١٩٧١، ووجود هذه المؤسسات الأكاديمية التي ساهمت في تشجيع البحث الإعلامي فضلاً عن الاهتمامات الحكومية بوسائل الإعلام خدمة لأغراضها وتوجهاتها وخاصة أبحاث تنظيم الأسرة.

لقد مرت الأبحاث الإعلامية في مصر بالراحل التالية:

أولاً، المكتبات الإعلامية والصحافية في مصر على الجانب التاريخي أي تاريخ الإعلام المصري والصحافة المصرية، فمن أشهر المصنف تاريخ تكوين المصنف المصرية لمؤلفه "قسطنطيني إلياس" صفاً سنة ١٩٢٨ تناول تاريخ الصحف في مصر منذ الحقبة الفرنسية حتى أواخر العشرينات من القرن الماضي ومن أشهر رواد هذه المرحلة د. عبد الحليم حمزة الذي منحه الأستاذ على أدب المقالة والذي يتكون من ثلاثة أجزاء، إضافة إلى إبراهيم عبده في كتابها تاريخ الصحافة والطباعة في مصر خلال الحملة الفرنسية وإنشائها ١٩٦١. كما وقدم عدد من الباحثين المصريين دراسات إعلامية أثرت للمكتبة العربية ولذا نذكر منهم د.

أبراهيم إمام، د. خليل صباغات، د. مختار الكهامي، والذي أضاف نظرية إعلامية جديدة أطلق عليها نور المسحافة في السلام العالمي إضافة إلى أساتذة أبحاثهم علي عجرة ومحمد حسين، وسامي عزيز، فكان لهم دور كبير في تطوير الفكر الإعلامي.

كما وساهم أساتذة القانون والسياسة والاجتماع في إثراء الأبحاث الإعلامية في مصر، فقد كتب محمد عبد الله في مجال حرائم النشر كتاباً حول حرية النشر والأصول العامة في جرائم النشر والتعديس ١٩٨١، تناول فيه حرية النشر في النشاطات الديمقراطية فيها قدم جمال المطيطي دراسة حول حرية المسحافة وفق التشريعات المصرية آنذاك ١٩٨٦، وتوصف هذه المرحلة بأنها ركزت على الجانب التاريخي لأبحاث الإعلام، وتوصف بالمرحلة الأولى.

فيما ركزت المرحلة الثانية على الأطروحات التي تقدم للحصول على درجة الماجستير والدكتوراه في حقل البحوث الإعلامية من خلال استخدام أساليب البحث الميداني أو تحليل الضمون بشكل علمي، كما أصدرت مراقبة البحوث بالحداد الإذاعة والتلفزيون عدداً من البحوث أهمها مكافحة الأمية بالبرامج عام ١٩٨١، وقباس أراء منيعي نشرات الأخبار حول تطوير الخدمة الإخبارية بالإذاعة، كما أصدر الحداد الإذاعات في الدول العربية سنة ١٩٩٨ مجلة متخصصة للأمر تلك الأبحاث.

من جهة أخرى كثفت تدور صورة المشهد الإعلامي الراهن لبحوث الإعلام

العربي

بالرغم من الاهتمام الدولي المتزايد ببحوث الإعلام والمسحافة يمثل اتجاهه صفاق الأرتب مع المسحافة، حيث إن مستوى حجم الأبحاث العلمية يشهد عام والإعلامية بشكل خاص غير مرضية بالرقم من تجربة الأبحاث في مصر إلا أنه لغاية الآن لم تراص هذه الأبحاث الإعلامية التطور الذي وصلت إليه الدول المتقدمة سواء من الناحيتين الكمية والكيفية حيث توفر المؤسسات البحثية المعنية ببحوث الإعلام في مجال التخطيط الإعلامي ورسم السياسات وقباس اللدلاج والأثر

الإعلامية كسياسة ممنهجة ثابتة إلا أن للخطبة والمقول الذي تعاني منه الأبحاث الإعلامية العربية هي بالدرجة الأولى نقرة بحوث الإعلام وعدم ترعرعها كسماً ونوعاً^{١٢}، ومع ذلك فقد ساهمت عدد من المؤسسات بمبادرات إيجابية تجاه البحوث الإعلامية ونخس بالذكر اليونيسكو، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، اتحاد إذاعات الدول العربية، ومجلس للدراسات الثقافية لجامعة الدول العربية والتي جاءت على شكل ندوات وحلقات نقاش بحثية واجتماعات لجان الخبراء والهيئات الرامية والمقاربة.

إن الأبحاث الإعلامية في مصر تطورت تطوراً كبيراً، فقد استحدثت طقليات أخرى للإعلام في عدد من الجامعات المصرية وأصبحت هذه الجامعات منارات لكل الباحثين في الحقل الإعلامي والصحف تاهيك عن التطور في تكنولوجية المعلومات والاتصالات وخاصة الفضائيات والصحف الإلكترونية والإعلام التلفزيوني ولا يفوتنا أن نذكر مركز الأهرام للدراسات الاستراتيجية والذي ولد في حلسن صحيفة الأهرام وهو مركز يمد الباحثين بمختلف أشكال الدراسات ليمس الإعلامية بحسب بل الشؤون الاقتصادية والميدانية والاجتماعية والدينية.

من جهة أخرى، فإنه من خلال إلقاء نظرة على البحوث الإعلامية العربية والتي صدرت باللغة العربية في الجامعات المصرية حيث تم استخدام تحليل الضمور التحكي لأول مرة في مصر في فترة السبعينات من القرن الماضي، وقد هيمس التحليل التحكي للرسائل الإعلامية على دراسات وبحوث الإعلام خاصة أطروحات الماجستير والدكتوراه في مصر خلال السبعينات والثمانينات إلى أن ظهرت في نهاية الثمانينات أول دراسة استخدمت تحليل الخطاب اعتماداً على الدراسات النوعية النقدية حيث تم استخدام التحليل الأسطوري والذاتي.

وبإ هذا الإطار يسجل الباحث د. سمير محمد حسن والذي قدم ورقة عمل إلى اجتماع خبراء البحوث الإعلامية بالوطن العربي والذي عقد بدعوة من اليونيسكو

ببداية من خلال الفترة ٢ - ٥ نوفمبر ١٩٨٢ وتحت عنوان ورقة العمل الخاصة بالاجتماع خبراء البحوث الإعلامية بالمدن العربية حيث شطمت مجموعة من المنظمات التي تقف حمرة عشرة أمام تقدم البحوث الإعلامية وعلى النحو التالي:

أولاً: عدم الاعتراف بأهمية البحوث الإعلامية وتأثيرها لدى السلطات المعنية.
ثانياً: نظرة المؤسسات إلى بحوث الإعلام والاتصال في المجتمع وعدم تقدير الباحثين الإعلاميين على الجهد الذي يقومون به.

ثالثاً: عدم استخدام الناتج من البحوث في اتخاذ القرارات بالرغم من قلتها.
رابعاً: غياب التنسيق بين المؤسسات الرسمية في مجال البحوث الإعلامية ووجود المؤسسات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني فيما يتعلق بالتحديات العربية والإسلامية والتوثيق.

خامساً: غياب استراتيجيات عربية موحدة في مجال الاستخدام الأمثل لبحوث الإعلام والاتصال على مستوى الوطن العربي.

هذا وقد أوصت التوصيات والملاحظات التوصية التي تهتم ببحوث الإعلام لعناية هذه المشاكل التي تعاني منها البحوث الإعلامية من أجل تطويرها وترسيخها واستخدامها بفعالية في مجال العمل الإعلامي العربي.

هذه المشاكل التي أوردناها تحتاج لدراسة ملف له علاقة بتسرب أعمال الباحثين العرب إلى الغرب خاصة في ظل قاضي عدم الابتكارات وإنتاج أعمال الباحثين الإعلاميين العرب ألا وهو موضوع التهمة الإعلامية لبحوث الإعلام والاتصال.
أهمية البحوث الإعلامية:

هذا الملف الذي نطرحه هو ملف إشكالي وجدلي وفي نفس الوقت له علاقة في مجال البحوث الإعلامية أي مدى ارتفاع هذه البحوث بالمصم الوطني العربي خاصة بعد بروز ظاهرة التبعية الشاملة للأمة العربية والأبحاث الإعلامية والعلمية هي جزء من إشكاليات هذا الملف، إن مراكز الدراسات الأجنبية الغربية تقوم بمصادرة

ابتدأ الباحثون العرب وخاصة في مجال الدراسات الاجتماعية ومنها الإعلامية خاصة إذا عرفنا مدى قلبي مراكز الأبحاث والدراسات الدولية سواء الأمريكية أو الأوروبية من جهة ودعمها لإنشاء مراكز دراسات وأبحاث ولدت منظمات ومؤسسات تهتم باللغة العربية ونسقتها في حققتها مراكز أجنبية بسبب سيطرة التمويل الأجنبي لهذه المراكز^{٥٦}.

شبهات حول مراكز الأبحاث الأجنبية:

اعتبر بعض الباحثين الإعلاميين العرب أن انتشار المراكز البحثية الإعلامية في مختلف أنحاء العالم الثالث والتي انضمت على تمويل من مراكز أجنبية من جهة وأن برامج هذه الأبحاث امتدت كذلك على جهود الباحثين الأجانب أو المواطنين الذين تدرّبوا في الخارج حيث طهروا مناهج تلك الدراسات على المشكلات التي يعاني منها العالم الثالث بمازاة أوضح تطبيق مناهج غربية على مشكلات وطنية وفي هذا الضمار تسيّف الظهيرة الاستراتيجية والإعلامية للتميز د. هواتف عبد الرحمن فائلة "إن الدراسات المعصية التي أجريت من الإعلام في العالم الثالث منذ نهاية الخمسينات وحتى يومنا هذا مكثت تتم تحت إشراف وبشرى من مراكز الأبحاث التابعة للشرىكات المتعددة الجنسية أو فروعه التي مكثت تعدد أولويات البحوث والخصصيات طبقاً لاحتياجات السوق الرأسمالية العالمية.

سكنا أن هذه المراكز مكثت تستخدم مجالات بحثية متعددة تستحق الدراسة والاهتمام وقد أكثر تلاؤماً مع الاحتياجات الوطنية المباشرة وذلك لكونها عالةً مفيداً على السوق المحلية، وقد لاحظت الباحثة أن الأبحاث التي تحتاجها دول العالم الثالث تأتي في أدنى مستويات اهتمامات هذه المراكز، وتضرب مثلاً حيناً على ذلك وتقول إن الدراسات التي يجري إتمامها لصالح وسائل الإعلام الأجنبية التي تهتم بقياس مدى شعبيتها في دول العالم الثالث وأبرز مثال على ذلك البحوث التي تقوم أو قامت بها سوك الأمريكية لقياس اتجاهات المستمعين لإذاع برامجها في بعض

الدول النامية، وتركز معظم هذه الدراسات على التمرش لوسائل الإعلام ومدى تشميل وسيلة إعلامية على أخرى خاصة البعثات والبرامج الإعلامية ومدى فاعلية الوسائل الإعلامية المطلقة وخاصة قطاعات الإعلان ومدى تأثير المؤسسات الإعلامية وتعتمد هذه الأبحاث في الغالب على الأساليب المستعمدة من المنهج الغربي^١.

إن اهتمام البحوث الإعلامية على المناهج الغربية وخاصة الأمريكية والأوروبية في أغلب دول العالم الثالث على النظريات والمناهج ذات النشأ الغربي، فإن محاولة تطبيقها على ظواهر إعلامية تختلف في مسبقها وأعراضها وحولها وخلفياتها التاريخية والاجتماعية يمارس أخرى إن عملية مستطب للمناهج الغربية ذات الصيغة البحثية على الظواهر الإعلامية في دول العالم الثالث يؤدي إلى ما يلي:

أولاً، عدم استئناس شعوب العالم الثالث من هذه الأبحاث.

ثانياً، تكريس مبدأ القيمة التوجيهية في البحوث التي تتناول مشكلات الإعلام في العالم الثالث.

ثالثاً، تبرز بين الحين والآخر بعض الملاحظات الهامة التي يجب على الباحث المصنف أن يلمسها في سوق الأبحاث الإعلامية في العالم الثالث لتكون فيما يلي:

- ١- إن دول العالم الثالث تفتقر بشكل عام إلى الاختصاصيين والباحثين الإعلاميين، وأن العدد القليل إذا توافر قد يكون تلقى تعليمه في الغرب وعلى أيدي أساتذة ينتمون عسكرياً للمدارس الأجنبية وعسوساً الغربية.
- ٢- أن لا يتخذ هؤلاء الباحثين مواقف نقدية من مناهج وأولويات البحوث التي تجري خارج أو داخل بلادهم.

وتلصف د. عبد الرحمن معظم الباحثين الإسلاميين في العالم الثالث بأنهم مرتبطون بشبكة الاهتمامات والأولويات التي تحددها السوق الدولية وخاصة الأمريكية سواءً من طريق وهي لو دون وهي ولصنفهم يوسف ساخر بأن واجبهم لا

ينعدي جامعي براتك لمشروعات البحوث الكبرى التي تجري لصالح مراكز البحوث الأجنبية^(١٠).

إن الأوضاع التي تضاعف أخطار التنمية الثقافية والإعلامية والأكاديمية لا تقتصر على هذه الجوانب بل تساعد على تعميق التنمية التكنولوجية إذ أن التكنولوجيا التي يتم تطويرها للعالم الثالث طبقاً لقرصينات هذه البحوث أو مكتنجات لها تكون الأغلب غير ملائمة وغير متوافقة مع احتياجات معظم شعوب العالم الثالث.

الفصل الرابع

أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام

سنتميز في هذا الفصل على أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام، ويمكن تقسيم هذه البحوث التي نستخدم في حقل الدراسات الإعلامية إلى أربعة أقسام:

أولاً: منهج المسح أو الدراسات المسحية ويشمل الصرح التالي:

- ١- مسح الرأي العام.
 - ٢- مسح تحليل المضمون.
 - ٣- مسح جمهور وسائل الإعلام.
 - ٤- مسح وسائل الإعلام.
 - ٥- مسح اتجاهات المعارضة الإعلامية.
- ثانياً: منهج دراسة العلاقات للقياسات ويشمل:

- ١- الدراسات السببية.
- ٢- دراسة الحالة.
- ٣- الدراسات الارتباطية.

ثالثاً: الدراسات التطورية.

وأخيراً: المنهج التجريبي.

وانطلاقاً من موضوع دراستنا لتحليل الخطاب الإعلامي فإننا سنسلك المنهج على المنهج الأول لارتباطه المباشر مع البحث الإعلامي ومعالجة القضايا.

مناهج المسح والدراسات المسحية، يشير هذا المسح من أبرز مناهج البحوث للحصول على البيانات والعلومات العلمية التي تستهدف الظاهرة العلمية والظواهر العلمية التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد المحدد من التقنيات المطلوبة لمجتمع البحث والفترة زمنية كافية للدراسة بهدف تكوين لقاعدة الأساسية من البيانات والعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين¹¹.

وأهم البحوث المسحية التي تهتم في مجال البحث الإعلامي:

أولاً- مسح الرأي العام:

يستهدف هذا المسح التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والتأهيم والقيم والمواقف والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات الخلقية لدى مجموعة معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح.

ثانياً- مسح جمهور وسائل الإعلام:

ويتمدد به جميع قراء الصحف ومستلمي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون.

ثالثاً- مسح وسائل الإعلام:

وهو نوع من الدراسات يستهدف التعرف على شخصيات وسائط الإعلام من الجوانب المختلفة من حيث أرقام التوزيع الجغرافي وعدد أجهزة الراديو والتلفزيون المتاحة والظواهر، وكذلك يتم دراسة متوسط عدد القراء أو قراءات النسخة الواحدة من كل صحيفة ومتوسط عدد مشاهدي التلفزيون، وعدد مستلمي الراديو، وكذلك يتم دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الإعلامية بعضها مع بعض، إضافة إلى الجوانب الفنية والإنتاجية لكل وسيلة من وسائل الإعلام ومدى الاستفادة من هذه الجوانب في نشر أو عرض أو إذاعة أنواع الإعلامية والأهم من ذلك أن هذه المسوحات تساهم في دراسة الجو النفسي الذي تهيؤ كل وسيلة إعلامية

مما يؤدي إلى تقبل الأفكار والمعلومات والاتجاهات التي تتضمنها المادة الإعلامية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة.

رابعاً- مسح أساليب الممارسة الإعلامية:

أي دراسة الأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارته في مختلف المجالات الإعلامية وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية ينبني على أساس مدى فعالية الجوانب الإدارية والتنظيمية لها.

خامساً- تحليل المضمون:

سنسلط الضوء على هذا المنهج حيث سنتعرف على أوجه الحقيقة ونقارن بينه وبين تحليل الخطاب الإعلامي.

دراسات تحليل المضمون:

تعتبر دراسات تحليل المضمون من الدراسات التي لاقَتْ اهتماماً كبيراً من الباحثين في حقل الدراسات الإعلامية وخاصة خلال فترة السبعينات من القرن الماضي، وتشير الدراسات إلى أن أبحاث تحليل المضمون بدأت في عام ١٩٦٧ حيث انعقد مؤتمر دولي في أمريكا أطلق عليه المؤتمر الوطني الأمريكي لتحليل المضمون، وكان هذا بمثابة قمة الاهتمام العالمي بمنهج هام من مناهج البحث في تحليل المواد الإعلامية، ومن الجدير بالذكر أن الاهتمام بهذا المنهج قد تم استخدامه على يد أساتذة من جامعة كولومبيا الأمريكية في الثلاثينات من القرن الماضي على يد هارولد لازويل الذي يعتبر الأب الروحي وأول الرواد الأوائل لمنهج تحليل المضمون خاصة كتابه الشهير لغة السياسة.

وقد ارتبطت نشأة تحليل المضمون كأداة إعلامية وأسلوب منهجي في التحليل بالدراسات الإعلامية وقد أطلق عليه من قبل الباحثين بتحليل المحتوى، وقد برزت أهميته قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية حيث استخدم على نطاق واسع في

تحليل المضمون للصحف والمجلات والإذاعات ومحطات التلفزة، غضافة إلى تحليل الخطاب والرسائل والمحادثات والصور للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الإنتاج الإعلامي والدعائي لكشف الأساليب الدعائية وكشف الميول والاتجاهات السياسية والعقائدية من خلال التعبيرات المكتوبة والمنطوقة.

تعريف تحليل المضمون: هناك عدة تعاريف لتحليل المضمون سنذكرها آملين التوصل إلى وضع تعريف مشترك نتوصل إليه في هذا البحث. أولاً: دراسة المادة الاتصالية التي تقدمها الوسيلة الإعلامية بهدف الكشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبثه لجمهورها ودراسة تأثير القراءة والاستماع والمشاهدة على هذا الجمهور^(١).

ثانياً: فيما ذهب كل من الباحثين ويلز وبيرنارد بيرلسون عام ١٩٤١^(٢) إلى أن تحليل المضمون يسمى إلى بلورة الوصف العادي للمضمون أو المحتوى حتى يمكن إظهار طبيعة التنبهات أو المثيرات المنظمة في الرسالة والموجهة إلى القارئ أو المستمع أو الشاهد وقوتها النسبية على أساس موضوعي^(٣).

ثالثاً: فيما ذهب ليرنس ويول عام ١٩٤٢ إلى أن تحليل المضمون يطلق على الأسلوب البحثي الذي يغطي ما يلي:

الخصائص اللغوية والدلالية للرموز الاتصالية، تحديد تكرار ظهور أو دور أو حدوث هذه الخصائص بدرجة عالية من الضبط الدقيق والمحكم أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات، وكذلك إمكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها، والأهم من ذلك الضبط الدقيق المحكم لهذه الاصطلاحات المستخدمة في التعرف على الخصائص الرمزية التي تمت دراستها^(٤).

رابعاً: فيما ذهب بيزلي عام ١٩٦٠ إلى اعتبار تحليل المضمون هو أحد أساليب الإفادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتخيص والمقارنة باستخدام التطبيق الموضوعي والمنهجي المنظم لقواعد التصنيف^(٥).

خامساً: كما وعرف كلوز بندروف في كتابه تحليل المضمون مقدمة منهجية ذهب إلى أن تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل.^(٩)

سادساً: أرفينج جانيس: إن تحليل المضمون هو أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري لمادة الاتصال عن طريق تبويب خصائص المضمون وتصنيفها وفقاً لقواعد يحددها الباحث تحديداً علمياً يساعد للوصول إلى نتائج ذات مغزى.^(١٠)

سابعاً: دكتور أحمد بدر يعرف تحليل المضمون بأنه أسلوب يستخدم في تحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الإعلام كالصحف والمجلات والكتب والأفلام وبرامج التلفزيون وذلك بالوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للوسيلة الإعلامية.^(١١)

بعد هذا العرض عن أبرز تعريفات المضمون نضع التعريف التالي: إن تحليل المضمون هو أحد أشكال البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهري وصولاً إلى معرفة المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في شكل تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً لمجموعة من التصنيفات أو المحددات وذلك بهدف استخدام البيانات لوصف المنتج الإعلامي والتي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال لاكتشاف المرجعية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، بعبارة أخرى فإن تحليل المضمون يهدف إلى التعرف على المقاصد الإعلامية للقائمين بالاتصال وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل الإعلامي بصفة منتظمة ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

أهمية تحليل المضمون:

تعتبر أبحاث تحليل المضمون أداة من أدوات البحث العلمي وقد برزت أهميته كلما أسلفنا أثناء الحرب العالمية الثانية عندما كانت أجهزة المخابرات تستخدم هذا الأسلوب العلمي لاكتشاف ميول الأشخاص سياسياً وعقائدياً من خلال تعبيراتهم المنطوقة أو المكتوبة^(١).

ويرتكز تحليل المضمون على أساس أن لكل إنسان بصمة فكرية من منطلق بصمة إبهامية وأن البصمات الفكرية تميز شخصية الفرد وتكشف عن هويته على النحو الذي تميزه بصمات أصابعه، ويؤكد عدد من الباحثين أن للشخص أطباعاً خاصة لا يستطيع إخفاؤها مهما كان بارعاً أو ذكياً فإن سلوكه اللغوي لا يمكن أن يفصح عن حقيقة شخصيته ويفصح عن اتجاهاته ومعتقداته.

وعلى سبيل المثال أفراد الشرطة يكتشفون شخصية المجرم من خلال تاريخه الإجرامي وطريقة تمثيله للجريمة، فمن الممكن أن تعتبر السلوك اللغوي للإنسان شفوياً كان أم لغوياً أم تحريرياً أدق تعبير عن هوية الشخص وميوله واتجاهاته، ففي حالة تمكفنا الحصول على عينة شاملة عن أداء الفرد اللغوي أو التعبيري بشكل عام وأخضعنا هذه العينة لتحليل علمي منهجي، فإننا نستطيع أن نتوصل إلى بسهولة إلى معرفة اتجاهات هذا الشخص السياسية والعقائدية.

ومن هذا المنطلق بدأ علماء تحليل المضمون قبيل الحرب العالمية الثانية وأنشائها بإجراء دراسات معمقة لعند من الخطب والرسائل والمحادثات والصور والإذاعات والأفلام وبرامج الإذاعة والتلفزيون ومقالات الصحف والمجلات وغيرها من نصوص التعبير الشفوي والتحريري والصور، ثم قاموا بتحليل مضمون كل هذه المواد للوصول إلى هدف واحد ألا وهو التعرف على العقلية التي أنتجت هذه المواد، وأشهر العلماء الذين ظهروا خلال العشرينات من القرن الماضي والذين اتبعوا منهج لازرفيلد وأشهرهم برنارد برلسون والذي يعتبر من أكثر المساهمين في تطوير منهج تحليل المضمون والتظهير له، ثم جاء أرهتج جانيس وأبراهام كابلان، وناشان لانيس

ورالن وايت، ليسهموا إسهاماً كبيراً في هذا المجال غير أن إيثيل دي سولابول يعتبر الأبرز إنتاجاً والأكثر توازناً في نظريته للمنهج الإحصائي العددي المتطرف^(١١) والمنهج الكيفي المعنوي الذي يعطي بعداً هاماً يكمل الجانب الإحصائي أنه البحث الذي وقع في غرامه عشاق البحث الأوائل وأولعوا به ولماً شديداً.

المنهج التكاملي لتحليل المضمون:

النظرة الواقعية لتحليل المضمون نعتبره تطوراً علمياً لمنهج علمي معروف منذ أن عرفت الإنسانية القراءة والكتابة وعلى سبيل المثال فالشخص الذي يقوم بقراءة رسالة من الرسائل ويفهمها فهماً سليماً ثم يقوم بتلخيصها موضوعاً أهم ما جاء بها من عناصر فعندئذ يمكننا القول أن هذا العمل هو تحليل المضمون، إن الفهم هو بذور منهج تحليل المضمون والآخر يرتكز على الاطلاع والفهم والاستنتاج يعني هنا استنتاج هوية صاحب الرسالة.

وتشير بعض المصادر التاريخية إلى أن النصوص الدينية هي أول النصوص التي تم تحليل مضمونها ففي عام ١٧٤٠ استخدمت طريقة تحليل المضمون للوصول إلى حقيقة تراثيل دينية أسسها أغاني صهيون وثار حولها الجدل في السويد، وقيل إنها تحتوي على ألفاظ تعد بمثابة التعريف والطعن بالكنياسة وكان لا بد من الحق بتحليل هذه التراثيل تحليلاً دقيقاً أدى إلى نفي التهمة عنها، وهذا السبق التاريخي الذي أردنا إثارة لدحض رأي بعض الباحثين بأن مناهج تحليل المضمون قد بدأت في العشرينات من القرن الماضي وهم الذين اعتبروا أنفسهم البناة الحقيقيين لمنهج تحليل المضمون.

ومن جهة أخرى إن منهج تحليل المضمون أصبح مهيمناً يعتز به الباحثون المعاصرون إلى درجة التقديس والإسراف الشديد ويرجع ذلك في نظرنا إلى الجانب الإحصائي الكمي الذي يعد من معالم البحث العلمي في عصرنا الحاضر.

هذا الاهتمام الذي أبداه الباحثون بتحليل المضمون كان منصباً على الوسيلة دون التركيز على النتائج ولذا فعلى المهتمين بمناهج تحليل المضمون التفريق ما بين

البحوث الإيجابية البناءة وغيرها، والتي اتخذت الشكل الإحصائي، ومن أشهر هؤلاء الباحثين إبراهيم كابلان الذي ركز على العد الإحصائي للمعاني التي تتضمن المادة السياسية أو غيرها، لكنه من جانب آخر ركز على الجانب العددي أو الإحصائي فيما ذهب برنارد برلسون نفس المذهب الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال، ووصفها وصفاً موضوعياً منهجياً وكماً بالأرقام من جهة أخرى اعتبر أرفنج جانيس^(١١) إن تحليل المضمون هو أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري لمادة الاتصال عن طريق تبويب خصائص المضمون وتصنيفها وفقاً لقواعد يحددها الباحث تحديداً علمياً يساعد للوصول إلى نتائج ذات مغزى، لكن الباحث إيثيل دي سولابو يضيف إلى الجانب الظاهري السطحي القابل للعد والإحصاء جوانب المعنى والعلاقات بين المعاني وضرب مثلاً أن الصمت قد تكون له دلالاته كالصمت في الموسيقى أو الصمت أثناء المشاركة في العزاء وكذلك الفراغ في الصفحة المطبوعة الذي يكون مكملًا وبشكل عام للصفحة.

إن تحليل الإعلام والدعاية السياسية بحسب العناية بالمقاطع والصمت والحركات التمثيلية في الخطاب السياسية ما بين السطور في المطبوعات فضلاً عن شكل العناوين وألوانها ومساحتها واقتنائها بالصور وتجاوزها أو تباعدها عن عناصر أخرى ذات مغزى.

فإذا كان تحليل المضمون كمنهج علمي يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية إلى الاختصار على المضمون الظاهر يقوت على الباحث فرص التحليل المتاحة للرسالة الإعلامية في سياقاتها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها.

الخصائص التي تميز بها تحليل المضمون:

أولاً: يسعى عن طريق تصنيف البيانات أو تبويبها إلى وصف المضمون الصريح أو المحتوى للمادة الإعلامية.

ثانياً: يعتمد على تكرارات ورود ظهور الجمل أو العبارات أو المصطلحات أو المعاني المتضمنة في قوائم التحليل في المادة الإعلامية بناءً على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.

ثالثاً: لا يقتصر تحليل المضمون على الجوانب الموضوعية وإنما الشكلية.

رابعاً: ترتبط عملية تحليل المضمون من الناحية الفنية أو الشكلية والإجرائية بالمشكلة العلمية للبحث وظروفه وتساؤلاته والأهداف البحثية والأغراض التحليلية الشاملة.

خامساً: إن تحليل المضمون هو أداة أو أسلوب للتحليل إلى جانب الأسلوب الآخر.

سادساً: يجب أن يتميز تحليل المضمون بالموضوعية ويخضع للمنهجية.

سابعاً: يجب أن يكون منتظماً.

ثامناً: يركز على التحليل الكمي في عمليات التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.

تاسعاً: يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقتها في حالة إعادة الدراسة التحليلية.

عاشراً: يجب أن تكون النتائج قابلة للتعميم.

حادي عشر: تدمج نتائج تحليل المضمون مع بقية النتائج الأخرى لدراساتها في إطار أعم وأشمل وتحليل المادة الإعلامية تحليلاً متكاملاً في سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها^(١٢).

كما إن تحليل مضمون الصحف والبيانات والخطابات والتراث والكتب السنوية لأدركنا من أهمية هذه البحوث في التعرف على سياسات الدول الأجنبية والتنبؤ بالخطوات التي تتخذ قبل حدوثها، من جهة أخرى وصف اتوجرت أن استخدام تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية يمكن أن يوصل إلى معرفة القيم والمعايير والبادئ السادة في المجتمع، فالمادة الاتصالية تعبر عن واقع المجتمع وما فيه من اتجاهات ومبادئ وقيم ومعتقدات.

إن مفهوم أتوجرت هذا لتحليل المضمون الإعلامي جاء من خلال تعريفه للإعلام ذاته بأنه "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت بمعنى تجسيد لروح الأمة".

ومن أهم التطبيقات على دراسة تحليل المضمون الاستقرائية وهي عبارة عن قياس مدى سير القراءة بالنسبة للكتب والمجلات والصحف والنشرات وغيرها من المواد المقروءة، وقد أمكن تطبيق هذا الجانب على الصحف بمعرفة مفردات اللغة المناسبة للتعبير لكل مرحلة من مراحل العمر، وخاصة كتب الأطفال والشباب، وقد جاءت نظرية فليش في هذا العدد أعمق الدراسات المفيدة في ميادين التربية والإعلام على السواء.

كما وقدم بعض الباحثين على تحليل مضمون الصحف والإذاعات وبرامج التلفزيون وأفلام السينما للوقوف على صورة المهنة في أجهزة الإعلام مثل صورة الشرطي مثلاً أو صورة الطبيب أو صورة المعلم لأن هذه الصور تعطي موقفاً مسبقاً واتجاهاً جاهزاً ونمطاً جامداً يجعل اتجاه الجمهور أو الجماهير ملوناً بهذه الصورة المهنية والتي تقوم بها وسائل الإعلام والدعاية.

تحليل المضمون في المجال الاستخباراتي:

يعتبر تحليل المضمون للجهات المهتمة أصلاً بجمع المعلومات خاصة أجهزة المخابرات والاستخبارات وأجهزة التخطيط السياسي والإعلامي من أرفع وسائل التحليل شريطة أن تقتزن بشواهد أخرى تعزز النتائج وتدعم البيانات وتؤدي إلى اكتشاف النوايا والتنبؤ بالأهداف المرسومة والخطط الميمنة.

ويشير الدكتور إبراهيم إمام بأنه ما قبل حرب حزيران قد قام بإجراء تحليل مضمون الإذاعات الغربية وإذاعة إسرائيل وإذاعة الأهواز الإيرانية حيث تبين وجود مخطط إعلامي كانت تتعاون فيه هذه الأجهزة بالإضافة إلى بعض المحطات السرية التي كانت تتلقى خيوط هذه الدعاية وتعمق فيها بأسلوب نفسي مدروس.

فيما تمكن الباحث جورج هيرتزونج من خلال تحليل المضمون أن يثبت نهاية هتلر السياسية فقد اعتمد الباحث في ذلك من خلال دراسات طبقات الصوت والوقفات ونغم الأداء الخطابي مع مقارنتها بعدة مواقف سابقة^(١٤).

وهذا المثال يثبت أن منهج تحليل المضمون لا يعتمد على الألفاظ وعدها عدأً آلهاً وإنما ينبغي دراسة الموقف بشكل كامل، وقد جاءت ثورة الحاسوب في ميدان تحليل المضمون لدعم إجراءات البحوث المعقدة من خلال زيادة حجم العينة وتعدد المتغيرات وطول الفترات الزمنية، وهذا يؤدي إلى نتائج صادقة ومعلومات دقيقة، غير أن أجهزة المخابرات كثيراً ما تحذر من المعلومات المضللة التي يلقيها العدو، كالكاطع الذي يوضع في السمك وهذا ما نجده في عمليات المخابرات الإسرائيلية وعلى سبيل المثال قبل اغتيال قائد الجناح العسكري لحزب الله عماد مغنية ضللت وسائل الإعلام الإسرائيلية بأن الجيش الإسرائيلي سينتقم من قادة حركة حماس ولكن الهدف المخفي كان أحد قيادة حزب الله.

أبعاد الاتجاهات ونوعية المضمون:

من الأمور المتعارف عليها أن التحليل الكمي والعد الإحصائي للمضمون والفكرة يعتبر من أهم الأبعاد في تحليل المضمون، لكن هناك أبعاداً لها علاقة بنوعية مادة الاتصال، وذلك لأهميتها من حيث اكتشاف الاتجاهات المؤيدة والمعارضة، وكذلك الموقف المحايد، كل هذه الاتجاهات تسبغ على عملية التحليل أبعاداً معنوية غير أن الاتجاهات المعارضة والمؤيدة درجات متفاوتة وعلى ضوء ذلك لا بد وأن نتعرف على مجموعة من الخصائص والأبعاد لاتجاهات ونوعية المضمون على النحو التالي.

أولاً- النوع:

أي موقف الفرد من حيث تحليل المضمون بين التأييد والمعارضة إزاء المواضيع التي يواجهها مثل موقفه واتجاهه حيال القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية..

إن قياس نوع الاتجاه معناه معرفة موقف الفرد من الموضوع سواء أكان إيجابياً أم سلبياً.

ثانياً - قياس الدرجة:

أي تحديد درجة اتجاه الفرد من الموقف الذي يتبناه هل هو شديد أم متشدد أم معتدل أو درجة المعارضة أو التأييد ليس لها وزن من منطلق مجرد ولا تحدد اتجاه الفرد تحديداً دقيقاً.

وعلى سبيل المثال قد تكون درجة التأييد عالية جداً أو أنها قد تكون معتدلة وقد تكون المعارضة شديدة جداً أو أن الفرد قد يكون فائراً في تأييده أو معارضته، وقد توصل العلماء إلى مقاييس مقننة لحساب تدرج هذه الاتجاهات حساباً كمياً دقيقاً.

ثالثاً - قياس الشدة:

أي معرفة قوة اقتناع الفرد برأيه أو عمق الرأي إن صح التعبير ومن الجدير بالذكر أنه لا يوجد فئة قليلة من الناس تتمسك برأيها تمسكاً شديداً لأقوى من فئة أخرى كثيرة العدد ولكنها ضعيفة الإيمان مزعزعة الرأي، وقد تمكن الباحث دانييل كانز من قياس درجة شدة الاقتناع بنسبة مئوية تشبه درجات التروميتر المئوي، كما وتوصل الباحث كانتريل إلى أن هناك علاقة طردية ما بين كل من درجة الاتجاه وشدة فكلما ارتفعت درجة التأييد أو المعارضة اشتدت قوة الاقتناع رابعاً - الأهمية:

أي اهتمام الفرد برأيه والمكانة التي يحتلها في نفسه فقد يكون هذا الاتجاه هو همه الأول وشغله الشاغل أي أنه يحل بؤرة انتباهه وشغوره أو أن يكون مسألة ثانوية على هامش الاهتمام بعبارة أخرى تريد أن تصل إلى معرفة أهمية الاتجاه في نفس الفرد وقيمته في حياته.

خلاصة القول إن نوعية تحليل المضمون تعطينا فكرة عن الاتجاه من حيث المعارضة أو التأييد أو الحياد، أما الدرجة فهي بمثابة قياس لمدى هذه المعارضة أو

ذلك التأييد؛ فإذا تصورنا أن الدرجة هي بمثابة قياس للمساحة السطحية للاتجاه، فإن الشدة هي مقياس العمق أو قوة الاقتناع بالرأي في حدود الدرجة، أما الأهمية فهي البعد الذي لنا مبلغ عناية الفرد بالرأي والمكانة في نفسه.

محددات تحليل المضمون:

تحليل المضمون يرتبط بالبحث العلمي الإعلامي بعدة محاور أساسية وهي بمثابة محددات تضع الباحث في إطار موضوعي، وأهمها ما يلي:

أولاً- الموضوعية أو المنهجية:

أي توافر شروط الموضوعية في التحليل بمعنى ضرورة أن يتم بناء كل خطوة بحثية على أسس وقواعد وإجراءات واضحة ودقيقة ويتم قياس مدى توافر الموضوعية أو المنهجية باستخدام عدة مقاييس من أهمها قدرة باحثين آخرين إلى التوصل إلى نفس النتائج التي توصل إليها باحث باستخدام نفس الأساليب والإجراءات البحثية لنفس المادة.

ثانياً- الحياد:

وهو شقيق الموضوعية وهو يعتبر من الشروط اللازمة لتحليل المضمون، أي مطلوب من الباحث عدم إشراك أفكاره ومعتقداته وتصوراته واجتهاداته المسبقة على البحث، أي أن الباحث يجب أن يبتعد عن التحايل لإثبات تحليله في إثبات شيء ما مسبق لديه. إنما يفحص المضمون موضع الدراسة وتحليله لكي يكتشف من النتائج مؤشرات وتفسيرات معينة تقوده إلى مزيد من الفهم والاستبصار بالمشكلة الرئيسية قدر الإمكان.

ثالثاً- الانتظام:

أن تتم خطوة اختيار واستبعاد النصوص والمواد التي سيتم تحليلها وفقاً لقواعد تصنيفية متممة واستبعاد احتمال اقتضار الباحث على اختيار النصوص التي تؤيد افتراضاته.

رابعاً- العمومية:

ارتباط نتائج تحليل المضمون بالإطار النظري لدراسته لأن مجرد توفر معلومات كمية مجردة من مضمون مادة إعلامية معينة دون ربطها بنتائج تحليلية أخرى أو بخصائص القائم بالاتصال أو جمهور مستقبل الراسائل الإعلامية لا يحقق فائدة بحثية تُذكر، بينما في حالة ربطها بمجموعة أخرى من المتغيرات مثل طبيعة الوثائق التي تحتوي عليها المادة الإعلامية والمعلومات الواردة بوثائق مغايرة وخصائص مصادر المعلومات وخصائص الجمهور المتلقي والمستهدف لهذه المعلومات.

خامساً- التحليل الكمي مقابل الكيفي:

لقد جرى جدل وما زال يجري بين الباحثين حول إشكاليات العلاقة ما بين التحليل الكمي والكيفي وقد وضع التطور العلمي حداً لهذا الإشكال وعلى النحو التالي:

- ١- تحليل المضمون خرج من معطف الاتجاه الكمي.
- ٢- يعتمد التحليل الكمي على العد والقياس باستخدام الأرقام مما يؤدي إلى توفير كم من المعلومات يمكن التحكم بها باستخدام الأساليب الرياضية والخرج باستنتاجات كمية تساعد القائم بالتحليل التوصل إلى النتائج.
- أما التحليل الكيفي فيعتمد على انطباعات الباحث بعد قراءة المادة موضع التحليل ثم القيام بالعمليات الاستنتاجية وبناءً على هذه الانطباعات دون استخدام أسلوب العد أو القياس بالمعنى الرياضي الإحصائي وهو ما يحتمل الخطأ في الاستنتاج نظراً لعدم الاعتماد أساساً على بيانات كمية تلخص اتجاهات المضمون، وهو ما يشكل خطورة بحثية في عملية التحليل.
- ٣- لا يعتبر التحليل الكمي أو استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية هدفاً في حد ذاته وإنما وسيلة تستخدم لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموله وتعبيره تعبيراً صحيحاً عن المضمون وابتعاده عن التخمينات والانطباعات والتغيرات الذاتية للباحث، وعلى هذا الأساس إن التحليل الكمي مقدمة وأساس للكيفي ورفض

التفرقة الجذرية بينهما على أساس أن العلاقة بين كل نوعي التحليل علاقة تكاملية، فالتحليل الكمي ضرورة لازمة لكيفي كما أن الكمي يوفر المادة التي يمكن استخدامها بعد ذلك في التحليل.

٤- صعوبة الاعتماد على الكمي فقط في تحليل المضمون لأن الكمي وحده مجرد مظهر إحصائي ولا تعتبر ميزة في حد ذاتها كما أن التحليل الكيفي دون الاستعانة بالضبط الرياضي لا يؤدي إلى تحليل منهجي دقيق والكمي يؤدي إلى التبسيط الكيفي كما أن الكيفي هو الذي يثير السبيل لمعرفة مغزى الكم وهذا ما يؤدي إلى التكامل في استخدام كلا الأسلوبين.

٥- اتضح أن التحليل الكيفي يعتبر تحليلاً كمياً إلى درجة كبيرة والاختلاف فقط في طريقة عرض المعلومات ووصفها، فالكيفي يصف الأرقام بطريقة كيفية بدلاً من أن يذكر الباحث أن ٨٦٪ من المادة الصحفية ترفيحية، يذكر أن نسبة الترفية عالية جداً، كما أنه يستخدم المصطلحات التي تشير إلى التناقص أو التزايد أو الاهتمام الواضح أو الكبير وغيرها من المصطلحات التي تعبر كيفياً عن بيانات كمية ثم استخلاصها من المضمون.

٦- يركز التحليل الكيفي أساساً على ظهور مضمون معين أو اختفائه بينما يركز التحليل الكمي على معرفة التكرار النسبي لهذا المفهوم.

٧- التحليل الكيفي يسعى إلى النظر إلى المضمون باعتباره انعكاساً لظواهر أعمق بينما يركز التحليل الكمي من حيث نوعيتها وعددها بطريقة أكثر إحكاماً ودقة من التحليل الكيفي.

٨- يتم إعداد فئات التحليل الكمي من حيث نوعيتها وعددها بطريقة أكثر إحكاماً ودقة من التحليل الكيفي.

٩- يستخدم التحليل الكيفي في الموضوعات المتداخلة والمتشابكة أكثر من التحليل الكمي.

- ١٠- يساعد التحليل الكمي على تقديم المعلومات على شكل جداول مما يؤدي إلى سهولة الاطلاع على عملها وإدراك النتائج بشكل بسيط.
- ١١- التحليل الكيفي في مرحلة القراءة التمهيدية للمضمون المراد تحليله بهدف تكوين الفروض واكتشاف العلاقات بينما التحليل الكمي تحليلاً منتظماً للمضمون يسعى إلى بحوث تحليل المضمون وتصنيفاتها في المجالات الإعلامية والاستخباراتية.

بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها في المجالات الإعلامية والاستخباراتية:

من خلال ما سبق توصلنا إلى أن تحليل المضمون هو تطبيق مناهج عملية على شواهد سلوكية تطبيقاً منهجياً وموضوعياً يجعلنا نصل إلى التقييم أو الحكم على صحة افتراض أو الافتراضات ويتطابق هذا المنهج أمكن الوصول إلى الكثير من التعميمات في مجالات إعلامية وسياسية مختلفة، ومما لا شك فيه أنه يمكن القول من خلال الرصد العلمي لشتى التغيرات التي تطرأ على المضمون الاتصالي وعلى سبيل المثال كشفت أبحاث تحليل المضمون تحليل الدعاية خلال الحربين الكونيتين في القرن السابق أن الحرب العالمية الثانية أخذت تعقلاً أكثر من الأولى، المهم أن هذا التقييم قد أصبح يعبر عنه اتجاه الدعاية في عالمنا المعاصر اتجاهاً يعتمد عن الانفعالية ويقترّب من العقلانية إلى حد ملموس.

وقد استخدم تحليل المضمون لكشف اتجاهات الكتب المدرسية التي تلقن للتلاميذ في المدارس والتي يتضح فيها نوعية الدعاية السياسية مثل المناهج الأمريكية والإسرائيلية والتي تعزز مبدأ الكراهية تجاه العرب والمسلمين، كذلك فإن قراءة مصادر التاريخ الإسلامي تعزز هذه الكراهية ما بين السنة والشيعة.

بالإضافة إلى ذلك فإن دراسات تحليل المضمون تكشف عن نوايا الأحزاب السياسية وبرامجها مثال على ذلك تحليل مضمون الشعارات التي تطلقها بعض الأحزاب

السياسية الدينية في الوطن العربي أو تحليل مضمون بعض برامج الأحزاب من مشاريع التسوية والسلام، أو كذلك موقف الحكومات من المقاومة بشكل عام.

فيما تعتبر أبحاث تحليل المضمون بالنسبة للإذاعات من أهم ما تهتم به الدول والسبب هو محاولة اكتشاف اتجاهات الدول الأجنبية الأخرى، وتحصر أقسام تحليل المضمون الإذاعي على تبني سياسات الدول من خلال تحليل المضمون، ويقول الدكتور إبراهيم إمام في هذا الصدد أن تحليل برامج الإذاعات الأجنبية كان يبين في كثير من الأحوال عن خطوات سياسية خطيرة تحققت فيما بعد^(١٥).

- اختبار فروض بحثية موضوعية أو لإجابة على التساؤلات البحثية المطروحة:
- ١٢- يعتبر التحليل الكيفي أسلوباً انطباعياً أو ذاتياً يستهدف التوصل إلى ملاحظات عامة عن خصائص المضمون وأن التحليل الكمي أسلوب علمي موضوعي يستهدف التوصل إلى مادة موضوعية وثابتة واستبعاد التحيز.
- ١٣- بينما التحليل الكيفي يعطي نتائج ومؤشرات عامة يعطي التحليل الكمي بيانات دقيقة محددة.

أهداف دراسات تحليل المضمون:

تهدف دراسات تحليل المضمون إلى ما يلي:

- أولاً: أهداف القائم بالاتصال.
- ثانياً: الخلفيات العامة التي تتبع منها الرسالة.
- ثالثاً: المقارنة ما تم نشره أو عرضه أو إذاعته في مجموعات الوسائل لاستخلاص مدى التركيز الذي تم بالنسبة لموضوعات معينة في وسائل معينة من مناطق أو دول معينة وأسباب ذلك.
- رابعاً: الاستجابات التي يسعى إليها القائم بالاتصال إلى تحقيقها من خلال المضمون.
- خامساً: التكرار والاستمرار في تقديم موضوعات معينة.

سادساً: العلاقة ما بين خصائص المضمون وخصائص جمهور التلقين لهذا المضمون من القراء والمستمعين أو المشاهدين.

سابعاً: التقبُّ بالسلوك الإعلامي المتوقع للقائم بالاتصال من خلال الدراسة الدقيقة الفاحصة المتأنية لسلسلة من المواد المنشورة أو المعروضة أو المذاعة^(١٧).

إن عملية تحليل المضمون تحقق وصف طبيعة المضمون الصريح وهنك آخر ككشف النوايا الخفية للمضمون معاً وعلى مستويين: أولهما: المستوى الوصفي الذي يحقق الهدف الأول من حيث وصف المضمون الظاهر الصريح للمادة الإعلامية أو الدعائية موضع التحليل وفقاً لفئات التحليل ووحداته التابعة من الاحتياجات البحثية. وثانيهما: المستوى التحليلي الذي يحقق الهدف الثاني عن طريق استخدام المعلومات التحليلية الوصفية أي استخدام نتائج التحليل المضمون بعد ربطها بالبيانات والمعلومات والمقتررات البحثية الأخرى في كشف النوايا الخفية للمضمون والتنبُّل بالاستجابات المستهدفة من وراء عمليات النشر أو العرض أو الإذاعة.

ثامناً: التحليل المباشر مقابل التحليل غير المباشر للمضمون: إن المقارنة ما بينها لا بد وأن يتم تعريفهما حتى نصل إلى المقارنة.

▪ التحليل المباشر: وهو الذي يستهدف تحليل نص المادة المنشورة أو المعروضة أو المذاعة.

▪ التحليل غير المباشر: التعرف على الخصائص الشككية التي استخدمت في تقديم المضمون والتي تساعد في كشف جانباً من جوانب النوايا الخفية للمضمون مثل مقاطع الكلمات وإيماءات الوجه والصمت والحركات التمثيلية والتركيز على كلمات معينة والعناوين والصور والألوان من حيث مساهمتها وشكلها وكميتها واستخدام العناصر الثيوغرافية الأخرى في عرض المادة الإعلامية وتقديمها.

وكذلك استخدام المؤثرات الصوتية وغيرها من العوامل التي تضيف إلى النص الجامد أبعاداً جديدة كثرى عملية التحليل وتسهم في توفير المعلومات التي تساعد في تحقيق هدف الكشف عن النوايا الخفية للمضمون.

من جهة أخرى تعود إلى هارولد لازويل الأب الروحي لمدرسة التحليل السياسي والذي أكد أن عناصر التأثير في العملية الاتصالية تتلخص في عبارة مشهورة من يقول ماذا وبأية وسيلة وبأي تأثير؟ فيما أضاف ريموند نيكسون شيئاً جديداً يتمثل بالموقف العام للاتصال فأصبحنا نأصحب العبارة على النحو التالي: من يقول ماذا لمن وما هو تأثيرها يقال وفي ظروف ولأي هدف؟

فلا يمكن تقديم العملية الاتصالية إلا على أساس الهدف الذي نسعى لتحقيقه، فالمرسل ومضمون الرسالة والوسيلة والمستقبل والاستجابة هي جميعاً حلقة متصلة في سلسلة واحدة، ولا بد من دراسة كافة هذه الحلقات لكي يكون تحليلنا للمادة الاتصالية تحليلاً متكاملًا.

الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون في البحوث الإعلامية:

من أبرز الباحثين الذين سلطوا الضوء على استخدامات تحليل المضمون في البحوث الإعلامية هولستي وبرلسون، فقد أسهما إسهاماً علمياً كبيراً في توضيح الاستخدامات المتنوعة لتحليل المضمون من زاوية الدراسات الإعلامية، حيث ذهب هولستي إلى أن عملية الاتصال تتكون من ستة أركان رئيسية وهي للمصدر أو القائم بالاتصال، عملية الترميز، الوسائل الاتصالية، الرسالة، عملية استقبال الرموز أو تفسيرها، جمهور المتلقين للرسالة.

إن تحليل المضمون كما يراه هولستي يهدف إلى الوصول إلى استدلالات بشأن هذه العناصر التي تنطوي عليها عملية الاتصال بالإضافة إلى إمكانية استخدامها في محاولة التعرف على مسببات الاتصال وتأثيراته.

وعلى هذا الأساس يمكن إجمال أبرز الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون من خلال المحاور التالية:

❖ المحور الأول- توصيف المضمون وتحليله من الجوانب الموضوعية والشمولية والأساليب المستخدمة:

ويندرج تحت هذا المحور مجموعة من الاستخدامات الفرعية:

١- وصف الاتجاهات التي ينطوي عليها المضمون الإعلامي: أجمع عدد كبير من الباحثين أن التركيز على الملاحظة ودراسة الاتجاهات التي ينطوي عليها المضمون الإعلامي والتغيرات التي تطرأ عليها من أفضل استخدامات تحليل المضمون وأكثرها فائدة، فيما ذهب آخرون إلى أن دراسة اتجاهات تحليل المضمون تساعد على توفير منظور تاريخي قيم يمكن في ضوئه فهم المضمون الحالي لوسائل الإعلام فهماً متكاملاً. ومن ناحية أخرى فقد صنف خبراء الأبحاث الاختلافات ما بين تحليل المضمون من حيث الاتجاهات إلى أربع أقسام وهي التحليل الزمني للرسائل الإعلامية التي يقدمها مصدر واحد عبر فترة زمنية طويلة للاستدلال على مدى انتقال الأفكار التي يعتمد عليها المضمون وثباتها أو تغييرها خلال فترة زمنية طويلة.

٢- تحليل الرسائل التي يقدمها مصدر واحد في مواقف مختلفة لدراسة تأثير الظروف المتغيرة على خصائص الاتصال.

٢- الغرض الذي أخضع للدراسة في عدة بحوث والخاصة بوجود تأثيرات لخصائص جمهور المتلقين على مضمون الرسالة وأسلوب عرضها وتناولها حيث يلجأ الباحث إلى تحليل الرسائل التي يقدمها مصدر واحد إلى جماهير متنوعة. ويطلق الخبراء على هذه الأقسام المسابقة التحليل الداخلي للرسالة أي التحليل المقارن الذي يقتصر على الرسالة أو مجموعة الرسائل التي يقدمها مصدر واحد إما عبر الزمن أو باختلاف المواقف أو بشعوب الجمهور.

١- دراسة العلاقة ما بين متغيرين أو أكثر في الرسالة الواحدة أو مجموعة من الرسائل الإعلامية.

❖ المحور الثاني- كشف الاختلافات الدولية للمضمون الإعلامي؛

يؤدي التحليل المنظم للمواد الإعلامية المتاحة في الدول المختلفة إلى كشف الاختلافات الإعلامية من حيث المعالجة والمضمون والشكل والاهتمام بين هذه الدول، هذا الاستخدام يسعى إلى اكتشاف الأخبار ذات الاهتمام المشترك بين الدول المختلفة وطرق تناولها ومعالجتها وإلى التعرف إلى مدى اختلاف الأسلوب في نقل ذات الخبر أو الحدث بين الدول المختلفة والفروق الجوهرية بين الأعلام التي تنتجها الدول.

❖ المحور الثالث- ربط الخصائص المعروفة للمصدر بالوسائل التي يقدمها؛

يستهدف هذا النوع من التحليل مقارنة الرسائل الإعلامية أو الدعائية التي ينتجها أكثر من مصدر والتفرقة بينهما تبعاً لخصائص هذا المصدر، وما يعكسه عليها من سمات معينة، هذا النوع من التحليل يسعى إلى تحقيق ما يلي:

إرجاع الفروق بين الرسائل الإعلامية أو الدعائية إلى الخصائص التي يتقرب بها كل مصدر من المصادر التي قدمت هذه الرسائل ويقصد بالمصادر الأشخاص أو الصحف أو الإذاعات أو وسائل إعلامية متنوعة في حين شدد خبراء على ضرورة دراسة حساسية أي وسيلة للاتجاهات الفكرية والعقائدية ومعرفة مدى الخلفية العقائدية لكل وسيلة.

❖ المحور الرابع- المقارنة بين وسائل الإعلام ومستوياته:

بشكل عام يؤدي استخدام وسائل الإعلام إلى جذب الجمهور من ناحية وإلى اختلاف كل معالجة لكل وسيلة لنفس الموضوع بأساليب وطرق متنوعة، ولهذين السببين ازدادت أهمية استخدام التحليل المقارن للمضمون الإعلامي حيث يستطيع الباحث من خلاله الإجابة على التساؤلات التي معظمها يدور حول نوعية الاختلافات بين المعالجة الصحفية والمعالجة الإذاعية والتلفزيونية لحدث معين، ومدى الاختلافات

في تناول المشكلات الاجتماعية بين الصحف الشعبية والمجلات العالمية والشكل الذي أصبحت عليه القصص الجيدة بعد تحويلها إلى أفلام أو مسلسلات، فيما وصف بعض الباحثين أن هذا الاستخدام يمثل الاستخدامات الباهرة لتحليل المضمون، حيث يضيف مثل هذا التحليل المقارن إضافات كثيرة إلى التحليل الكلي للمضمون.

❖ المحور الخامس: المقارنة بين المضمون الإعلامي والمعايير الإعلامية للوسيلة:

كل وسيلة إعلامية توضع مجموعة من المعايير والأحداث الإعلامية سواء المعلقة منها والمخفية وتسعى إلى تحقيقها من خلال ما ينشر أو ما يعرض أو ما يذاع بها من مضمون الإعلام ويكمن استخدام تحليل المضمون في الكشف عن مدى صدقية الوسيلة وإخلاصها في التعبير عن هذه الأهداف.

❖ المحور السادس:

ثار جدل بين أساليب تحليل المضمون من حيث قصوره في تقييم أداء المواد الإعلامية لأنه يقتصر على وصف هذه المواد كما أن التقييم يتطلب معايير ومستويات قياسية التي يمكن الاحتكام إليها في عملية المقارنة بين مستويات الأداء الفعلي ولأداء المستهدف، وتدرج أساليب تحليل المضمون في عملية التقييم على النحو التالي:

- مقارنة المضمون ببعض معايير الكفاية والأداء من خلال وضع وبناء معايير سابقة للإعداد للحكم على المضمون من خلالها.
- التركيز على الاستقرار بدل الاستدلال عن طريق اشتقاق المعايير والمستويات من مادة المضمون، ويتم ذلك بدراسة المضمون الخاص ببعض الوسائل الإعلامية وتقسيمه تقسيماً نوعياً ثم استخدامه ببعض الوسائل يعد ذلك كنموذج لتقييم مضمون الوسائل المشابهة.
- تقييم المضمون من خلال مؤشرات ودلائل ذات صلة بالمضمون مثل رأي المستشارين والخبراء.

❖ المحور السابع- كشف الأساليب الدعائية والإقناعية خلال الثلاثين سنة التي سبقت القرن الحالي:

أجريت دراسات متعددة حول تحليل المضمون والدعاية والإقناع خاصة خلال فترة الحرب العالمية الثانية من خلال الاستناد إلى تعريف الدعاية بأنها التلاعب بالألفاظ والرموز كوسيلة للتأثير المتعمد على الاتجاهات والسلوك إزاء قضايا خلاشية قابلة للجدل، وقد استهدفت هذه الدراسات التحليلية بناء نظرية حول أشكال الاتصال الدعائي الإقناعي وأنماطه وبنائه والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا الصدد كيف يقوم تحليل المضمون في كشف أساليب الدعاية وخبراء الدعاية أجابوا على هذا الاستفسار من خلال مستويين اثنين

أولهما: التحليل حسب الفكرة أو الموضوع أو الجاذبية أو الاستمالات وهو الاصطلاح الذي يطلق على خصائص ومقاصد الدعاية وتأثيراتها نظراً لما يمكن أن يشتمل عليه مضمون الدعاية من استمالات متشابهة أو متنوعة طبقاً لاختلاف نوعية الجماهير الموجهة إليها الدعاية، وفي هذا المستوى يفضل أن تبدأ بقاعدة التحليل على أساس الاحتكام إلى فئات معينة ثم تقوم بتحليل مقاصد الدعاية ونواياها المفترضة وتأثيرها بعد ذلك بناءً على نتائج التحليل.

المستوى الثاني أو ثانيهما: الأساليب الخداعية في الدعاية، أي عرض الموضوعات بطريقة غير مباشرة كما يمكن استخدام تحليل المضمون في دراسة مصادر الدعاية أو مصادر التصريحات الدعائية. من جهة أخرى يجب أن يتنبه الباحث عند تحليل المحتوى العاطفي للمادة الدعائية وذلك على أساس حساب تكرارات المصطلحات العاطفية والمقارنة بين وسائل الدعاية المختلفة أو المراحل الزمنية المختلفة للحملة الدعائية من حيث التركيز في مدى استخدام هذه المصطلحات.

❖ المحور الثامن- اكتشاف خصائص الأسلوب:

اجتذبت قضايا الأسلوب الأدبي والخطابي اهتمامات الباحثين منذ فترة طويلة وقد ظهرت عدة دراسات تركز عن هذه التساؤلات من خلال الآتي:

- ما هي خصائص الأسلوب الأدبي الإشكالي بين الكتاب؟
 - كيف تغيرت الأساليب البلاغية بمرور الوقت؟
 - ما هي خصائص كيف يختلف الأدباء في أنماط معالجتهم وأساليبهم الأدبية؟
- ❖ المحور التاسع - قياس مقروئية المواد الإعلامية:

معظم بحوث المضمون في الحقل الإعلامي ركزت على قياس الأثر الإعلامي على دراسة العلاقة الترابطية بين خصائص المضمون وسهولة فهمه، وقد تضمنت عدة محددات أهمها تنوع الكلمات الصعبة الطويلة المجردة، وطول الجملة ونوعها والضمائر الشخصية، العبارات الغامضة^(١٧) بالعمليات الإعلامية، وذلك عن طريق تحليل التوافق.

المستوى الثاني: وصف القائمين بالعمليات الإعلامية وكشف مقاصدهم: تحليل المضمون يستهدف من خلال هذا المستوى إلى دراسة خصائص القائمين بالاتصال وسماتهم وكشف نواياهم ودوافعهم ويتضمن ذلك الاستخدام مجموعة من الاستخدامات الفرعية.

- ١- كشف نوايا ومقاصد القائمين بالعمليات الإعلامية وخصائصهم وسماتهم، ينطلق هذا الركن من افتراض يتمثل في أنه طالما أن للمضمون خصائص معينة فإن ذلك يتتبعه وجود مقاصد ونوايا معينة للقائمين بالعمليات الإعلامية بمعنى أنه يمكن الاستدلال على أهداف صانعي الغيار المضمون ونواياهم ومقاصدهم من خلال خصائص وسمات معينة متوافرة في هذا المضمون وهو ما يتم استخدامه بطريقة مباشرة في كشف خصائص الاتصال في المجال الثقافي^(١٨) نظراً لتوفر قدر كبير من المضمون الثقافي الذي يتيح إمكانية كشف نوايا ومقاصد القائمين بالاتصال الثقافي. إن هذا المستوى يكشف عن العلاقة ما بين فريقين أو أكثر من القائمين بالعمليات الإعلامية، وذلك عن طريق تحليل التوافق والتشابه في المضمون مما يدعم الاستدلال على وجود تشابه في النوايا والمقاصد بين الفريقين^(١٩).

٢- كشف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال: كما أسلفنا سابقاً في الحديث عن الدعاية الإعلامية ودور تحليل المضمون في كشفها، فقد تمكن هارولد لاسويل أن يستخلص نموذجاً يمكن تطبيقه في هذه الحالات يتضمن عناصر ثلاثة هي "الاختيار، التفسير، مدى التوافق" وقد حدد لاسويل اختيار عناصر المادة الإعلامية المطلوب إخضاعها لتحليل المضمون لكشف وجود الدعاية من خلال:

- ١- الاعتراف أو الإعلان الصريح في قضايا وموضوعات معينة.
- ب- إجراء مقارنة تحليلية بمضمون وسيلة معروفة أنها من وسيلة الدعاية "مقارنة الموضوعات".
- ج- مدى الاتفاق أو الانساق بين المضمون والهدف أو الأهداف الدعائية المعلنة من جانب من جوانب الصراع نحو موضوع يؤثر خلافاً.
- د- طريقة عرض الموضوعات ومدى التوازن في تناول الرموز المؤيدة والمعارضة^(١٠).
- هـ- مدى استخدام المصادر غير الظاهرة، وعدم كشف المصدر أو الإشارة إليه.
- ز- التمييز ومدى استخدام المصطلحات المعبرة عن جانب معين من جوانب الخلاف.
- و- التحريف والتعديل المستمر في العبارات في موضوع شائع لتأييد جانب معين من جوانب الخلاف.

٢- استنتاج المعلومات السياسية والعسكرية للقائم بالاتصال: لقد شاع هذا الاستخدام خلال الحرب العالمية الثانية حيث تركزت الوسائل والجهود حول الحصول على مختلف أنواع المعلومات المتنوعة، ومن مصادر متعددة لأجهزة المخابرات من خلال دراسة المضمون الإعلامي وتحليله، وقد تمثلت أهم هذه المعلومات في محاولة التعرف على دور الفعل لدى مواطني الدول التي خاضت الحرب إزاء العمليات الدعائية الموجهة إليهم وعلى روحهم المعنوية وتوقعات التحركات العسكرية التالية وتقييم الوضع العسكري للخلفاء.

١- تحديد الحالة النفسية للقائمين على الاتصال: أجمع علماء الاجتماع والسلوكيات الإنسانية أن السلوك الرمزي للفرد يمكن أن يمد الباحث بمعلومات سيكولوجية عن شخصية القائم بالاتصال والقيم التي يدين بها ومعتقداته ونواياه ومقاصده وسائر خصائصه الأخرى.

إن تحليل المضمون للمواد الرمزية التي يقدمها المفكرين والفلاسفة والأدباء تؤدي إلى استنباط الجوانب النفسية لديهم ويشمل ذلك تحليل العمل الاجتماعي والمقابلات العلاجية واختبارات الشخصية والمواد الخيالية والمذكرات والخطابات.

تحديد وحدات تحليل المضمون:

توصلنا في الصفحات السابقة إلى أن تحليل المضمون يسمى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً أو كيفياً وعلى ذلك يمكن تقسيم هذا المضمون إلى وحدات أو فئات أو عناصر معينة حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها وحساب التكرار الخاص بها، وعلى الباحث أن يعرف أن هناك فروق رئيسية بين هذه الفئات أو الوحدات وعلى النحو التالي^(٣):

١- ضرورة التفرقة بين وحدات التسجيل ووحدات السياق أو التحليل: فوحدة التسجيل أو العد هي أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة، أما وحدة السياق أو التحليل فهي الفقرة مجموعة الفقرات أو الموضوع المتكامل الذي يقوم الباحث بفحصه ودراسته للتعرف على وحدات التسجيل أو العد أو استخراجها منه.

٢- ترتبط ضرورة التفرقة بين وحدة التصنيف ووحدة العد حيث ترتبط وحدة التصنيف بعملية التحليل أما وحدة العد فتربط بعملية التبويب.

٣- التفرقة بين مستويات التحليل وتتابع العمليات التحليلية بطريقة منطقية. ومن جهة أخرى فقد صنف الباحثون وخبراء البحوث الإعلامية إلى أن وحدات تحليل المضمون تتكون من الوحدات التالية:

١- وحدة الكلمة: أصغر وحدة من وحدات تحليل المضمون الكلمة قد تعبر عن

معنى أو مفهوم معين أو قد تكون معبرة عن رمز معين أو عن مدلول معين.

٢- وحدة الموضوع أو الفكرة: أهم وحدات تحليل المضمون والفائدة موجودة

فيها وتعتبر العمود الفقري في تحليل المواد الإعلامية والدعائية والاتجاهات والقيم والمعتقدات.

إن وحدة الموضوع تتكون من جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل وتتكون في الغالب من جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل وقد أطلق الباحثون على هذه الوحدة مسميات "الجملة"، الافتراض، التصريح، الفكرة، القضية، موضوع النقاش".

وترتكز عملية الأفكار والموضوعات أساساً على طبيعة المضمون موضوع التحليل والمشكلة التي يقوم الباحث بدراستها. ومن ناحية ثانية تفيد دراسات تحليل المضمون على "الموضوعات" في دراسة تأثير الإعلام والدعاية على الرأي العام بسبب أن عملية التحليل تنصب على دراسة الشكل الذي تقوم به الأفكار والاتجاهات للمناقشة ومع ذلك فإن هناك صعوبات تواجه هذا النمط من التحليل وأبرزها ما يلي^(٣٣):

أولاً: مشكلة الثبات: خاصة إذا كانت الأفكار متداخلة ومتشابكة ومعقدة. ثانياً: اختلاف المفاهيم والأساليب التي تستخدم في عرض المادة الإعلامية إلى الدرجة التي يصعب معها عمل ترميز موحد لهذه المفاهيم.

ثالثاً: عدم وضوح حدود الأفكار والعبارات بالقياس إلى الكلمات^(٣٤).

رابعاً: عدم وضوح حدود الأفكار "مكررة".

ومن ناحية استراتيجية ومعالجة تداخل الأفكار وغموضها وتعقدها يلجأ الباحثون إلى تقسيم الفكرة إلى مجموعة من العناصر يسهل تحليلها ثم يعيدون تقسيم الفكرة إلى مجموعة من العناصر يسهل تحليلها ثم يعيدون تركيبها بعد ذلك.

لتحقيق أكبر قدر ممكن من الثبات في عملية التحليل، وعلى هذا الأساس فقد قسم برلسون الفكرة إلى مجموعة من العناصر.

أ- الموضوع الذي تركز عليه الفكرة.

ب- الجوانب التي تتناولها الفكرة.

ج- القيم المتضمنة في الفكرة.

د- الطريقة والأسلوب المتبع في عرض الفكرة.

٣- وحدة الشخصية: تركز هذه الوحدة على الشخصيات الخيالية والتاريخية في تحليل القصص والدراما والأفلام والتمثيلات والمسلسلات الإذاعية والتلفزيونية والكتابات التي تتناول تاريخ بعض الشخصيات أو الأفراد بحيث تصبح هذه الشخصيات من أسهل الوحدات التي يركز عليها التحليل.

٤- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: وهي المنتج الإعلامي للوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها ومن أمثلتها الكتاب، الفيلم، القصة، الرواية، المقال، التحقيق، الخبرات.

ويمكن للباحث أن يقوم بتصنيف داخلي لكل وحدة من هذه الوحدات طبقاً لأغراض التحليل حيث يمكن تقسيم البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى برامج سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، تربية.

والأفلام والمسرحيات يمكن تقسيمها إلى كوميدية، تراجيدية، والقصص الإخبارية إلى سياسية داخلية، خارجية، شؤون اقتصادية، عمالية، تعليمية، عسكرية، محلية، دولية، جرائم، ثقافة.

٥- مقاييس المساحة: وهي المقاييس المادية التي يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التي شغلها المادة الإعلامية والمنشورة في الكتب، الصحف، المجلات والمدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة أو المتلفزة وذلك بهدف التعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل^(٢١).

مقاييس المساحة: وتشمل وحدة الصفحة وأجزائها كالعמוד أو وحدة السطر "عامود" أو وحدة السنتيمتر "عامود" وبالبند للإعلان. وتقاس المادة الإعلامية بالسم أو البوصة أو العمود وأحياناً تستخدم وحدة السطر في الصحف اليومية ذات الأعمدة الموحدة. أما بالنسبة للإعلام للتلّفزيون والمذاع فهي الدقيقة أو الثانية ومن الجدير بالملاحظة أنه يجب التأكد من وحدة القياس لمعرفة الخلفية المعنوية، بمعنى هل الكاتب ساخر أم جاد، أم انتهازي أم مبدئي^(٢٥).

"تحديد حجم العينة"

إن منهج تحليل المضمون يتبع نفس مناهج البحث العلمي من خلال تحديد حجم المشكلة تحديداً واضحاً، ثم وضع الفرضيات المعنية على الملاحظة ووفقاً لنظرية يستند إليها الباحث، بعد ذلك يلجأ إلى اختيار عينات ممثلة للمضمون الكامل تمثيلاً دقيقاً وصحيحاً عن طريق انتخاب علمي للعينة^(٢٦)، ثم يصنف المضمون إلى تصنيفات منهجية ويعطي لها أرقاماً تعينه بعد ذلك على الإحصاء والعد، وكذلك الاستعانة بالحاسوب وأخيراً يأتي دور وضع البيانات والمعلومات على شكل أرقام في جداول وتوطئة للكشف عن العلاقات والارتباطات إحصائياً وبذلك يستخلص النتائج، ويتوصل إلى معرفة صدق فرضيته أو نظريته، وهكذا يصبح منهج تحليل المضمون أسلوباً علمياً للتحقق من صحة الفروض، وتعميم النتائج على شكل نظريات فعالة.

انتخاب العينات

تنتخب العينات في بحوث تحليل المضمون انتخاباً دقيقاً لكي تمثل شمولية المجتمع للمادة الاتصالية التي نشق منها، وتتنوع العينات بتنوع طرقها من جهة وانتخابها من جهة أخرى وأهم أنواعها^(٢٧):

١- العشوائية: وهي أبسط أنواع العينات تمتاز بإعطاء الفرصة لجميع عناصر الدراسة، أي المجتمع المختلفة كي تمثل في العينة وایس المقصود بها التي لا ضابط لها بل إعطاء الفرص لجميع وحدات المجتمع في العينة وعلى سبيل المثال عند سحب الأوراق الراححة في اليانصيب أو سحب جوائز المسابقات.

للعينة العشوائية قواعد في طرق اختيارها وتشمل:

١- تجنب التكرار.

ب- حذف الأرقام الزائدة عن حد العدد النهائي

ومن ناحية ثانية فقد حقق علماء الإحصاء من خلال إعداد جداول للباحثين يعتبر إنجازاً مهماً في مجال العينة العشوائية وذلك من خلال اختيار جداول خاصة عند انتخاب العينة العشوائية وهذه تؤدي إلى خلوها من التحيز وتمكن الباحثين من استخدام القوانين الرياضية وخاصة نظرية الاحتمالات في حساب حدود نسبة الخطأ.

٢- العينة المنتظمة: تقوم هذه العينة على أساس اختيار الوحدات المتساوية الفترات، فمثلاً يبدأ الباحث باختيار الوحدة الأولى عشوائياً، فمثلاً لتكن الوحدة الأولى "٥" ثم يختار بعد ذلك كل وحدة عاشرة فتكون الأرقام النهائية ١٥، ٢٥، ٣٥... وتمتاز العينات المنتظمة على العشوائية حيث إنها لا تترك فجوات غير منتظمة قد يكون حجمها كبيراً، ومن سلبياتها إهمال بعض العناصر الهامة في المجتمع. وعلى الباحث أن يتجنب العينات المنتظمة من المجتمعات ذات الفترات الدورية كالصحف الصادرة يوم الأحد، الجمعة، السبت، من كل أسبوع والبرامج التي تذاع في فترات معينة تتكرر في العينة بشكل يؤدي إلى نتائج متميزة لا تعبر عن الصحف بشكل عام ولا عن البرامج بصورتها العادية.

٣- العينات الطبقيّة: أي تقسيم عينات المجتمع إلى مجموعات متجانسة ثم انتخاب عينة تمثل مجموعة من هذه المجموعات وبذلك تضمن تمثيل سائر الفئات، وقد تختار العينة بنسبة ثابتة من كل مجموعة، ومن المتعارف عليه أن هذه النسبة

تكون بحد ٥٠٪ من المصدر الأصلي، ولكن بعض الباحثين يحاول أن يغير هذه النسبة ومن جهة أخرى فكلما كانت العينة التطبيقية متجانسة فكانت العينة صغيرة، أما في حالة المجتمعات غير المتجانسة فلا بد من تعدد العينات، وذلك لضمان تمثيل التثبوت وتصويره بدقة في العينات.

٤- العينات العمدية: وهي العينة التي يختارها الباحث اختياراً مقصوداً بين وحدات المجتمع الأصلي بحيث تكون قريبة الشبه من المجتمع وهذه العينة تكون صالحة للعمل.

٥- العينة المركزة: سميت بهذا الاسم لأن الباحث يعدل فيها بنية الوصول إلى متوسط مشابهة للمجتمع، أي العينة التي ينتجها الباحث عشوائياً ثم يعدلها.

٦- العينات متعددة الأغراض أو المراحل: تجمع بين أكثر من طريقة من طرق انتخاب العينات، فمثلاً إذا أراد الباحث انتخاب عينة من أخبار إحدى الصحف، فمثلاً يختار بعض الأعداد على أساس عشوائي، ثم يختار بعض الأخبار على أساس طبقي، ثم ينتخب مجموعة من الأخبار على الطريقة المنتظمة، وهكذا يصل إلى انتخاب العينة النهائية التي يجري عليها بحثه.

٧- العينة الجزئية: أي اختيار جزء من العينة التي تمثل المجتمع المتجانس تجانساً شديداً بحيث يكتفي الباحث بانتخاب جزء من المجتمع وغالباً ما يلجأ الباحث إلى اختيار أو انتخاب هذا النوع من العينات لأنه لا يستطيع أن يصل إلى الحقائق الكاملة عن جميع وحدات العينة الأصلية لأن المعلومات التي يجمعها الباحث لا يمكن أن تتحدد إلا على ضوء البيانات في العينة الأصلية.

تصنيف المضمون الإعلامي:

بعد اختيار العينة نقوم بتصنيفها أي تقسيم المضمون إلى تصنيفات واضحة ودقيقة ومحددة المعالم وتتماوت عملية التصنيف بين العدد الكبير والصغير المهم أن

تكون شاملة وجامعة وماتمة، وكلما كان المجتمع متجانساً كلما كان التصنيف محدوداً بطبيعته في حين أن عدم التصنيف يتطلب تصنيفات شتى.

وفي هذا المضمار فقد حدد الباحث كابلان اتجاهات المضمون الإعلامي

إلى:

١- المزيد.

٢- المعارض.

٣- المحايد.

٤- لا رأي له.

فيما اعتبر باحثون أنه لا يوجد إلا ثلاث اتجاهات "ثلاثة فقط".

محددات التصنيف للمضمون الإعلامي:

قسم الباحثون محددات التصنيف إلى:

١- تحديد المصدر من حيث أنه حزب سياسي، صحيفة، زعامة سياسية.

٢- الجماعات المستقبلية للمادة "برامج زراعية، برامج الأطفال".

٣- الشعب: أي الشعوب التي توجه إليها البرامج كالشعوب الإيرانية، العربية.

٤- تحديد الأخبار المحلية أو الإقليمية أو الخارجية، الأخبار السياسية

والاقتصادية، العائلية، الأدبية، الدينية، الترفيهية.

إن المهم في محددات تصنيف المضمون الإعلامي أن يتم تحديد معنى كل

تصنيف وحدوده بدقة على أن تجري اختبارات استطلاعية لضمان صدق القياس وأطراده.

التسجيل والإحصاء والتحليل:

أهم وحدات التسجيل المستخدمة في تحليل البحوث الإعلامية:

١- الكلمة: من أدق أساليب التسجيل والعد وأكثرها موضوعية غير أن بعض

الكلمات المراوغة قد تحمل التأويل والتضليل "الاشتراكية العلمية،

الاشتراكية العربية" وتعتبر الكلمة أبسط وحدات التسجيل.

- ٢- الفكرة: وحدة منطقية من وحدات القياس قد تكون هذه الفكرة التوضيحية، المشاركة، المناقشة، الكشف، وقد تحمل الجملة أو الفقرة أكثر من معنى، وهنا ينبغي أن تسجل كل فكرة على حدة كأن تقول اختلاف معايير المقاومة لدى العرب والغرب، فمثلاً مدلول الدفاع عن النفس في المسطرة النورية هو إرهاب، وبينما الإرهاب الحقيقي الذي يمارسه الغرب في المنطقة هو للدفاع عن المصالح الحيوية أو للدفاع عن النفس.
- ٣- المفردة: قد تكون خبراً أو مقالاً أو حديثاً أو تحليلاً أو برنامجاً. ومما لا شك فيه أن الوحدة الكبيرة تصلح بالنسبة للمضمون المتجانس، كذلك هناك القياس على أساس الشخصيات التي تظهر في الأخبار أو القصص أو التمثيليات، ومغزى تلك الشخصيات، وهناك دراسات تتحدث عن مغزى ربط الإرهاب بالعرب والمسلمين، ومدى سيطرته على الخطاب الإعلامي.

أهم مراحل البحث الإعلامي في تحليل المضمون:

أولاً: تحديد المشكلة.

ثانياً: وضوح اللفاظ ودلالاتها من حيث عدم السماح بترك الثغرات التي تسمح بالتأويل أو الغموض كما ينبغي أن تكون الافتراضات ذات مغزى يسمح بالتعميم والتظهير دعماً للقيمة العلمية للبحث وإن كانت بعض البحوث التطبيقية لها قيمتها أيضاً في كثير من الأحيان.

وعندما يطلع الباحث على المضمون فإنه يجده واسع النطاق ولا يمكن الاطلاع عليه بشكل كامل لأنه يكلف وقتاً طويلاً وهو في ذلك لا يعطي نتائج دقيقة لأن الأبحاث تكون سطحية بسبب اتساعها الشاسع وتشتتها بين عدد كبير من المصادر.

لقد اكتشف بعض الباحثين أنه يمكن الاكتفاء بعينة واحدة صغيرة تمثل المصدر الأصلي للبحث والاستقصاء الدقيق، كما أنها لا تكلف نفقات باهظة، ولا

تستغرق وقتاً طويلاً، وإذا كان البحث الشامل لجميع مواد المضمون مستحسنًا في ظروف خاصة فإن البحث على أساس العينات يعطي نتائج دقيقة ويقدم تمثيلًا صحيحاً، وهذا يمكن إجراء البحث على عينات صغيرة ممثلة للمضمون الكامل مع مراعاة أن تجانس المادة الاتصالية يجعل حجم العينة صغيرة.

بعض الباحثين اعتبر اختيار العينة لإجراء البحث عليها وتحديدًا بالخطأ المحتمل وحسابه رياضياً وتجنب التحيز بأنواعه، والذي يعد من سمات البحوث الاجتماعية.

وبالمناسبة فإن فكرة العينة هي فكرة تاريخية قديمة وهي التي تمثل المجتمع الأصلي، فمنذ أقدم العصور والتجار يكتفون باختيار عينات صغيرة من الأقمشة للتأكد من صلاحية مئات آلاف من الأمتار.

وعلى سبيل المثال يكفي ٥% من المجتمع الأصلي وقد أثبت العلماء أنه من الممكن تحديد الخطأ "خطأ الصدفة" في مثل هذه العينة تحديداً دقيقاً وهو لا يتعدى ٢% زيادة أو نقصاناً، وما دام البحث قد أجري بدقة مع تجنب التحيز في انتخاب العينة، وفي جميع البيانات في حساب النتائج الإحصائية.

وقد يقال إن تحديد حجم العينة بمقدار ٥% فقط من مجموع المادة الأصلية يعرض البحث للخطأ، وإنه من المستحسن زيادة حجم العينة، ولكن هذا الاجتهاد وبالرغم من وجاهته النظرية لكنه لا يفيد كثيراً من الوجهة العملية لأن زيادة وحدات العينة لا تبرر نتائجها فيما يتفق عليها من أموال وجهود.

أنواع التحيز:

يمكن إجمال أسباب التحيز على النحو التالي^(١٠):

- ١- خطأ الصدفة وهو أمر حتمي لأن العينة بطبيعتها لا تعدو أن تكون مصدراً خاطئاً.
- ٢- انتخاب العينة من مصدر خاطئ.

٣- التحيز الشخصي عند دراسة حقائق المجتمع التي تظهر في الخطوات الإحصائية النهائية.

ولتجنب أخطاء التحيز الناجم عن أخذ العينة من مصدر خاطئ فعلياً أن نكون موضوعيين في اختيار وحدات العينة، فالمصادر قد تكون صحفاً، أو إذاعات أو خطابات أو مقالات، أو وسائل، وفي كل حالة ينبغي التأكد من العينة التي تمثل المصدر من حيث النوعية ولفترة زمنية، أي أن تشمل العينة كافة أيام الأسبوع بطريقة موزعة توزيعاً دقيقاً يبعد أي شبهة للتحيز.

إن التحيز الشخصي ينضج من خلال اختيار صحف بعينها أو نماذج مقصودة، وذلك بغية الوصول إلى إثبات صحة الفرض الذي يفترضه الباحث، وهو يعتبر أخطر الآفات التي تقصد البحث العلمي، ومن الإنصاف أن نبين التحيز اللاشعوري الذي لا يقصده الباحث عمداً وإنما يسير في طريق سهل يرى فيه تلاهماً مع أهدافه.

بعض الباحثين يختارون أجزاء سهلة وأخرى غريبة، لأن هذه القطاعات تجذب أنظارهم لكنها لا تكون ممثلة لكافة مواد المضمون الأميل تمثيلاً صادقاً ومن هنا يأتي الانحراف وهو مصدر الخطأ والتحيز.

كما أن الكسل قد يفري جامعي البيانات فيكتفون بجزء معين وبذلك تصبح النتائج متحيزة خاطئة، فالإكتفاء بأعداد معينة من الصحف وإهمال أعداد أخرى بسبب عدم توفرها لا بد من أن يؤدي إلى نتائج متحيزة ولكن من الضروري اختيار أعداد بديلة للأعداد المفقودة أو غير المتوفرة.

التحيز قد يكون ناجماً من أخطاء في تقدير حقائق المجتمع، ومن نتائج العينة وعلى النحو التالي:

تقدير متوسط ظاهرة ما في إحدى المجتمعات عن طريق أخذ عينات من عدة فئات، هذه الفئات تقسم إليها المجتمع ثم نقول بحساب متوسط هذه الظاهرة لكل

من هذه الفئات ثم حساب الوسط الحسابي البسيط لهذه المتوسطات واعتباره تقديرًا لمتوسط الظاهرة في المجتمع.

مثال: نريد تقدير متوسط عدد الأخبار الأسبوعية في صحيفتين إحداهما صباحية والأخرى مساءية، وإننا إذا أخذنا من المسائية ١٠٠ خبر والصباحية ٢٠٠ خبر وأننا وجدنا أن متوسط عدد الأسطر في عينة الصحيفة ٢٠ سطرًا، وفي عينة الصحيفة الثانية خمسة أسطر فحينئذ يكون الخطأ أن تقدر متوسط طول الخبر في الصحيفتين بالوسط الحسابي البسيط لهذا المتوسطين أي بمقدار $20 + 2/5 = 12.5$. وذلك لاختلاف الأهمية بالنسبة لذين المتوسطين والتقدير الصحيح في هذه الحالة لا يكون لترجيح كل من المتوسطين بوزن يساوي عدد الأخبار في العينة التي يمثلها أي أن التقدير الصحيح لمتوسط عدد الأسطر في اختيار الصحيفتين.

$$(١٠) \text{ أسطر} = 200 \times 100 / 200 + 5 + 100 \times 200$$

هوامش الباب الأول

هوامش الفصل الأول:

- ١- الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشدي، ص ١٢.
- ٢- بحوث الإعلام، سمير محمد حسين، ص ١٥.
- ٣- مرجع سابق "بحوث الإعلام" ص ١٦ - ١٨.
- ٤- مرجع سابق، ص ١٤.
- ٥- مرجع سابق، ص ١٩.
- ٦- وسائل الإعلام، ترجمة ميشيل تكللا، ص ٤٦٨.
- ٧- أصول البحث العلمي، د. أحمد بدر، ص ١٩.
- ٨- الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتنمية والدعاية، د. أحمد بدر، ص ١٦.
- ٩- الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتنمية والدعاية، د. أحمد بدر، ص ١٦.
- ١٠- مرجع سابق، ص ١٧.
- ١١- العصب الحكومي، د. كمال النوفلي، مجلة السياسة الدولية، عدد ٣، ص ١٩٠ - ١٩٥.
- ١٢- مرجع سابق، "الاتصال بال جماهير" ص ٢٢.

هوامش الفصل الثاني:

- ١- الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ص ١٥ - ١٧.
- ٢- بحوث الإعلام، ص ٢٧ - ٣٠.

- ٣- مصدر سابق، ص ٣١.
- ٤- مصدر سابق، ص ٣٤.
- ٥- مصدر سابق، ص ٣٤ - ٣٨.
- ٦- مصدر سابق، ص ٤٠ - ٤١.
- ٧- مصدر سابق، ص ٤٢.
- ٨- الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص ١٧.
- ٩- مصدر سابق، ص ١٧ - ١٨.
- ١٠- مصدر سابق، ص ١٩.
- ١١- مصادر سابق، ص ١٩.
- ١٢- وسائل الإعلام، مصدر سابق، ص ٤٥.

هوامش الفصل الثالث:

- ١- مرجع سابق، ص ٣٠.
- ٢- مرجع سابق، ص ٣١.
- ٣- مرجع سابق، ص ٣١ - ٣٤.
- ٤- مرجع سابق، ص ٣٤ - ٣٥.
- ٥- مرجع سابق، ص ٣٥ - ٣٩.
- ٦- مرجع سابق، ص ٣٩ - ٤١.
- ٧- تحليل الخطاب الإعلامي ما بين الوجهتين التاريخية والوصفية لدى ميشيل فوكو وماد . بغيرة الزواوي.
- ٨- قضايا التوعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث ص ٧٧ - ٧٩.
- ٩- مرجع سابق ، ص ٧٩ - ٩٠.

هوامش الفصل الرابع:

- ١- بحوث الإعلام ، مرجع سابق، ص ١٤٥ - ١٤٦.
- ٢- الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ابراهيم امام، ص ١٢.
- ٣- بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص ١٥٢.
- ٤- مرجع سابق، ص ٢٢٨.
- ٥- مرجع سابق، ص ٢٣٠.
- ٦- مرجع سابق، ص ٢٣٠.
- ٧- مرجع سابق، ص ٢٢٠ - ٢٢١.
- ٨- مرجع سابق، الإعلام الإذاعي، ص
- ٩- أصول البحث العلمي، مرجع سابق، ص ٣٤٧.
- ١٠- الإعلام الإذاعي، مرجع سابق، ص ٤٣.
- ١١- مصدر سابق، ص ١٤.
- ١٢- مصدر سابق، ص ١٥.
- ١٣- بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص ٢٣٢ - ٢٣٤.
- ١٤- مصدر سابق، ص ٢٠.
- ١٥- مصدر سابق، ص ١٩.
- ١٦- بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص ٢٤١.
- ١٧- مصدر سابق، ص ٢٤٢ - ٢٥٠.
- ١٨- مصدر سابق ص ٢٥٠ - ٢٥٢.
- ١٩- مصدر سابق، ص ٢٥١.
- ٢٠- مصدر سابق، ص ٢٥١.

- ٢١- مصدر سابق، ص ٢٥٩.
 - ٢٢- مصدر سابق، ص ٢٦٠ - ٢٦١.
 - ٢٣- مصدر سابق، ص ٢٦١.
 - ٢٤- مصدر سابق، ص ٢٦١.
 - ٢٥- مصدر سابق، ص ٣٠.
 - ٢٦- مصدر سابق، ص ٢٢ - ٢٣.
 - ٢٧- مصدر سابق، ص ٢٦ - ٢٨.
 - ٢٨- مصدر سابق، ص ٢٤.
 - ٢٩- مصدر سابق، ص ٢٤ - ٢٥.
-

الباب الثاني: تحليل الخطاب

الفصل الأول

مفهوم تحليل الخطاب

قبل أن ندخل في الحديث عن تحليل الخطاب لا بد أن نقوم بتعريفه، لقد وردت كلمة الخطاب بتعريفات متنوعة ومتعددة في أكثر من جانب لنرى ماذا تعني كلمة الخطاب يشقيها العربي والعربي.

ففي اللغة العربية وأثناء تجوالنا في لسان العرب لابن منظور نتوقف عند كلمة الخطاب والتي تعني "الخطاب والمخاطبة أي مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً، وهما يتخاطبان، والخطبة مصدر الخطيب وخطب الخطيب على المنبر، واختطب يخطب خطابه واسم الكلام الخطبة"^(١)، فيما ذهب ابن اسحاق إلى أن الخطبة عند العرب "تعني الكلام المنثور المشجع ونحوه، وفي التهذيب: الخطبة مثل الرسالة لها أول وآخر، فيما عرف الزمخشري في كتابه أساس البلاغة الخطاب بأنه "خطب أي خاطبه أحسن الخطاب، وهو المواجهة بالكلام، وكان يقوم الرجل في النادي بالجاهلية فيقول: خطب واختطب القوم فلاناً: دعوه أن يخطب إليهم وتقول له: أنت الأخطب أي البين الخطبة فتخيل إليه أنه ذو البيان في خطبته.

الخطاب في القرآن الكريم: لقد ورد الخطاب في كتاب الله بصيغة المصدر ويصيفة الفعل وعلى النحو التالي: المصدر جاء في قوله تعالى في ثلاثة مواضع قول

الحق فقال اكفليتها وعزني في الخطاب^(٣٦)، "وَشَدَدْنَا مُلْكَهٖ وَآتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخُطَابَ"^(٣٧) وقوله تعالى: "رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنُ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا"^(٣٨).

وفي صيغة الفعل وردت كلمة الخطاب في ثلاث مواقع في قول الله تعالى: "وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الذِّنِّ فَلَئِمُوا"^(٣٩)، "وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا"^(٤٠)، "وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الذِّنِّ فَلَئِمُوا إِنَّهُمْ مُفْرَقُونَ"^(٤١).

إن لفظ الخطاب قد ورد أكثر ما ورد عند الأصوليين أو علم الأصول انطلاقاً من أن الخطاب هو الأرضية التي استقامت عليها أعمالهم، وهو محور بحثهم، فمثلاً الأمدي عرف الخطاب تعريفاً بيانياً بعد أن ادعى أن التعريف هو المنطق لمعرفة الأحكام الشرعية، إذ يرى أن اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متبني لفهمه^(٤٢).

فيما عرف الجويني الخطاب بأنه الكلام والخطاب والتكلم والتخاطب والتلطق واحد في حقيقة اللغة وهو ما به يصير الحي متكلماً^(٤٣).

هذه أبرز تعريفات القدماء في التراث العربي، أما المعاصرون فقد تنوعت تعريفاتهم على النحو التالي:

معجم الدراسات الأدبية يعرف الخطاب: بأنه مجموع التعبيرات الخاصة والتي تتحدد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الأيديولوجي^(٤٤).

أما المفكر والفيلسوف حسن حنفي فيعرفه على أنه لفظ من وضع علوم اللسانيات الحديثة في الغرب مع أن الفيلسوف العربي ابن رشد قد عبر عنه باسم القول ونظريته في أنواع الأقاويل الخطابي والجدلي والبرهاني^(٤٥).

أما الدكتور إدريس حمادي فيعرف الخطاب بأنه مصدر لفعل خاطب يخاطب خطاباً مخاطبة وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم نقل من الدلالة على الحدث المجرد من الزمن إلى الدلالة على الاسمية، فأصبح فيما عرفه الأصوليون يدل على خواطب به أي الكلام^(٤٦).

د. محمد شومان يعرف الخطاب بأنه طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه كما أنه مجموعة النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها واستقبالها مما يؤدي إلى إنشاء وفهم الواقع الاجتماعي.

إن الخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الاجتماعي بما في ذلك هويتنا، وبعبارة أخرى فإن الخطاب هو واقعنا الاجتماعي وإدراكنا لهويتنا أي أنه بدون خطاب لا يوجد واقع اجتماعي، وبدون فهم الخطاب لا يمكن أن نفهم واقعنا وتجاربنا^(١١).

د. عصام نجيب يعرف الخطاب بالثقافة الغربية بأنه منظومة البنى النوقية المملوطة والمكتوبة التي يستخدمها الفرد لإيصال رسالة واضحة محددة بهدف التأثير فيه فضلاً عن مجموع وحدات أي من مظاهر التعبير الإشارية والإيمائية والصورية الأخرى التي تخضع مظاهره الخارجية وتكويناتها الداخلية لقواعد محددة قابلة للتنميط^(١٢).

تعريف الخطاب من وجهة نظر التراث الغربي:

المفكر الفرنسي ميشيل فوكو يعرفه بأنه نظام تعبير مقنن ومضبوط والذي يحتوي على النصوص والأقوال، كما تقضي بمجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها أو تنظيمها البنائي.

بنفتمست عرف الخطاب بأنه كل تلفظ يفترض متكاملاً ومستمعاً وعند الأول هدفه التأثير وعند الثاني بطريقة ما، الخطاب بوصفه ما يتجاوز الجملة فهو المفهوم الغالب في الدراسات الحديثة^(١٣).

دييور شيفران: وضع ثلاث تعريف للخطاب:

أولاً: الاتجاه الوظيفي أو الشكلي: أي استعمال اللغة كما هو عند بعض الباحثين يتجاوز وصف الخطاب وصفاً شكلياً وعدم الاكتفاء بالوقوف عند بيان علاقة وحدات الخطاب ببعضها البعض وتحليلها والدعوة إلى ضرورة الاعتناء بدور عناصر السياق، ومدى توظيفها في إنتاج الخطاب وفي تناوله مثل دور العلاقة بين طرفي الخطاب ودرجاتهم الاجتماعية وطرقهم المعتادة في إنتاج خطاباتهم، فالتلفظ المتعدد لخطاب واحد يجسد الآن المتلفظة في تباينها الواقعي والاجتماعي مع المرسل إليه.

إن الخطاب بهذا التعريف يلقي الضوء على كيفية تحقيق بعض الوظائف اللغوية التي يستطيع المرسل من خلاله أن يعبر عن مقاصده ويحقق أهدافه مما يبرز العلاقة المتبادلة بين نظام اللغة وسياق استعمالها.

ثانياً: التركيز على اقتناص المرسل لفرصة استثمار كافة المستويات اللغوية مثل المستوى الفسيولوجي أي بتوظيف القيم والنظم التركيبية وإنجاز الأفعال اللغوية، إن هذا التعريف يركز على البنية.

ثالثاً: تعريف الخطاب بوصفه لفظاً أو ملفوظاً: هذا التعريف يمثل تقاطع ما بين التعريفين السابقين، أي بين البنية والوظيفة، وقد يتخذ من الجملة اسماً، ولكن ليس بمفهومنا العربي التجريدي^(١٧).

فيركلو: يعرف الخطاب بأنه اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة، ويصل فيركلاو إلى أن الخطاب هو أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، بينما اعتبر أشهر الباحثين المتخصصين في الخطاب، فان ديل أن الخطاب سؤال بسيط في شكله معقد في تكوينه، وأنه بعبارة أوضح "الإجابة التفصيلية على سؤال: ويتساءل فان ديك ما هو الخطاب؟ ويقول إن الخطاب يختلف عن اللغة ويفرق ما بينه وبين النص من ناحية ومن ناحية ثانية يؤكد "ديك" أن الخطاب والنص يلتقيان في بحث البناء والوظيفة لوحدة اللغة الكبرى كما تطوراً في نفس الوقت تقريباً لذلك نجد من يعتبرها متماثلين والأصل أنه يوجد إشكالات كبيرة بينهما على مستوى المفاهيم والمناهج والوظائف^(١٨).

أما الباحث تانكرد فأكد أن الخطاب يركز على اللغة والمجتمع بالإضافة إلى الخطاب المتحرك والمتغير وله جمهور وهدف وقصد معين من النصوص والممارسات الاجتماعية.

ومن وجهة نظر علمية وحتى نستكمل فهم الخطاب، يجب علينا الاعتراف كما لاحظنا أنه لا يوجد خطاب واحد وإنما تعاريف كثيرة، أي أنه لا يوجد خطاب وحيد أو واحد فهناك عدد من الخطابات المتناقضة وغير المكتملة والمكتسبة أحياناً والمتعارضة أحياناً أخرى، تقول إنه يوجد صراع فكري ما بين هذه الخطابات وعبر هذا الصراع يتشكل الواقع الاجتماعي.

الفصل الثاني

إشكاليات تعريف الخطاب

لاحظنا فيما مضى أنه لم يتم الاتفاق على تعريف للخطاب، حيث تبين لنا أن هناك إغراقاً وتوسعاً عمودياً وأفقياً في مفهوم الخطاب بحيث أصبح الخطاب يشمل كل شيء لدى الباحثين الذين بالغوا أكثر من اللزوم في تحديد تعريف شامل للخطاب ومانع للخطاب، فمثلاً لاحظنا أن باحثين بحجم فير كلاو قد توسعوا في تعريفاتهم واستخداماتهم لمفهوم الخطاب حتى أصبح عندهم يدخل في كل الأشياء وتأتيه كل التخصصات طائفة وطائفة في العيش تحت مظلة، وقد ترافق ذلك مع التوسع في استخدام الخطاب النقدي عبر تخصصات مختلفة ولأغراض متباينة مع اختفاء التعاون بين هذه التخصصات مما أدى إلى عدم الاتفاق على ما هو تحليل الخطاب، وكيف يمكن تطبيقه على أرض الواقع وما هي حدوده وإمكاناته. هذه التساؤلات لا تقلق بال الكثير من الباحثين حيث يرى البعض أن كثيراً من المفاهيم والنظريات التي تستخدم في حقل العلوم الاجتماعية مثل مفاهيم "الأيدولوجيا" والوعي والطريقة الوسطى^(١)، لا يوجد اتفاق حولها غير أن حالة عدم الوفاق على مفهوم الخطاب والتي تنتشر في العلوم الاجتماعية ترتبط بغموض وضبابية قل نظيرها في مفاهيم العلوم الاجتماعية، وما يثير من اهتمام الباحثين.

إن إشكالية انتشار الخطاب واستخدامه على نطاق واسع في شتى ميادين وتخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية في السنوات الأخيرة، وخاصة الإقبال عليه في لغة السياسة والاتصال والإعلام وهذا يقودنا بالدرجة الأولى إلى فتح ملف إشكالية انتشار الخطاب وغموض مفهومه على نطاق واسع ومن هنا فإن أبرز نقاط الإشكالية ما بين انتشار الخطاب وغموضه تعود للأسباب التالية:

أولاً: المفارقة ما بين انتشار استخدام الخطاب وبين غموضه وذلك ضمن مجموعة من الإشكاليات المقدمة المترابطة.

ثانياً: الاختلاف والتباين الشديدين حول الطبيعة المعرفية للخطاب من حيث ما يلي: هل الخطاب نظرية أم مذهب أم منهج في التحليل، حيث اعتبره بعض الباحثين والعلماء منهجاً للتحليل بل إن الخلاف لا يقف عند هذه النقطة، بل إن باحثين اعتبره نظرية للتفسير.

ومن جهة أخرى فإن تقاطع الخلاف لا تقف عند هذه النقطة بالذات بل تجاوز إلى صلاحياته ومشروعية استخدامه وعلاقاته بالبناء الاجتماعي.

ومن هذا المنطلق سنسلط الضوء على هذه الفرضيات من خلال إن تحليل الخطاب يمثل منهجاً وليس فقط طريقة للدراسة، ويسجل هذا المنهج نظرة تفسيرية اجتماعية للواقع، وتشترك مناهج تحليل الخطاب في اهتمامها بالآثار التفسيرية للغة وتعتبر أسلوباً تفسيرياً للتحليل.

نخلص إلى أن تحليل الخطاب على ضوء هذه الفرضية أنه عبارة عن مجموعة متصلة من المناهج لدراسة الخطاب وهذه المناهج جميعها لا يترتب عليها مجرد ممارسات لجمع البيانات وتحليلها وإنما يترتب عليها أنها مجموعة من الافتراضات النظرية، وما وراء النظرية^(١).

إن تحليل الخطاب بنى علاقة شراكة مع كافة مناهج التحليل الكمي في الاهتمام بإيجاد تفسيرات عن الواقع الاجتماعي لكن تحليل الخطاب يحاول أن يجد إجابات واضحة، ويسجل لهذا المنهج نظرة تفسيرية اجتماعية للواقع، وتشترك مناهج تحليل الخطاب في اهتمامها بالآثار التفسيرية للغة وتعتبر أسلوباً تفسيرياً للتحليل.

ومن جهة أخرى هناك إشكاليات ما بين تحليل الخطاب والتحليل الكمي في المحاور التالية:

١- تحليل الخطاب يحاول التعرف على كيفية إنتاج الواقع الاجتماعي حيث يقوم بإجراء فحص كيف تقوم اللغة ببناء الظواهر، وليس كيف تقوم اللغة

بمعكس وإظهار الظواهر، أي أن تحليل الخطاب ينظر إلى الخطاب باعتباره مكوناً للعالم الاجتماعي، وليس طريقاً للوصول إلى العالم الاجتماعي ويفترض تحليل الخطاب، وهذا يقودنا إلى معرفة الإشكالية ما بين تحليل الخطاب والتحليل الكمي من خلال الآتي:

١- تحليل الخطاب يحاول التعرف على كيفية إنتاج الواقع الاجتماعي، حيث يقوم بإجراء فحص كيف تقوم اللغة ببناء الظواهر وليس كيف تقوم اللغة بمعكس وإظهار الظواهر أي أن تحليل الخطاب ينظر إلى الخطاب باعتباره مكوناً للعالم الاجتماعي وليس طريقاً للوصول إلى العالم الاجتماعي، ويفترض تحليل الخطاب أنه لا يمكن التعرف على العالم منفصلاً عن الخطاب بينما المناهج الكيفية تعمل على فهم أو تفسير الواقع الاجتماعي القائم.

ب- التزام تحليل الخطاب لنظرة تفسيرية اجتماعية مع محاولته كشف العلاقة ما بين الثلاث القدسي: "النص، الخطاب، السياق"، وبالرغم من اختلاف النصوص في درجة مزجها للنص والسياق يفترض من تحليل الخطاب أنه يستحيل فصل الخطاب من سياقه الأوسع ويستخدم تحليل تقنيات مختلفة لتحليل النصوص من أجل اكتشاف أدلة تشير إلى الخطابات التي تتبع منها تلك النصوص.

ج- هناك إشكالات للبحث الكيفي مثل التحليل الروائي والتحليل المحادثي بدراسة النص والحديث، وتأخذ تلك المناهج الأخرى السياق في الاعتبار لتأكيد المعنى فقط، بينما لا تنطبق عادة للخطابات الأوسع نطاقاً، وللمجموعات المترابطة من النصوص التي تكون الخطابات، أي أن هذه المناهج تولي اهتماماً أقل بتفسير الواقع الاجتماعي مثل ما تهدف إليه الدراسات الإثنوغرافية إلى كشف معنى اجتماعي معين بالنسبة للمشاركين ولكنها تكون أقل اهتماماً بكيفية ظهور هذا الواقع الاجتماعي للوجود من خلال الآثار التفسيرية للخطابات المختلفة والنصوص المتعلقة بها^(٢).

الإشكالية الثالثة تركز على طريقة استخدام تحليل الخطاب والإجراءات المتبعة في تحليل المادة، فمثلاً الإجراءات التي يتبعها باحثو العلاقات العامة تختلف عن أساليب الدريشة عبر الإنترنت أو علم النفس، ويبدو الاختلاف واضحاً في تحليل الخطاب الإعلامي، كما أن تحليل الخطاب الإعلامي المقروء يختلف عن المرئي، وكذلك المسموع وبذلك تظهر مناهج أخرى كالتأويلية والتفسيرية، الكمية، والكيفية.

ومن جهة ثانية فإن بعض المناهج الكيفية التقليدية يمكن استخدامها في تحليل الخطاب، وعلى سبيل المثال يمكن استخدام المحادثة والتحليل الروائي للربط ما بين الأحداث الجزئية والخطابات الأوسع نطاقاً كوسيلة لإظهار كيف تؤدي الروايات والمحادثات إلى تفسير التجربة الاجتماعية.

وهنا قد يطرح السؤال التالي: ما علاقة تحليل المضمون بهذا العرض السابق، أو قد نطرح سؤالاً آخر كيف يمكن استخدام تحليل المضمون بطريقة غير آلية، وإنما بطريقة تعتمد على التأويل بدرجة أكبر للربط ما بين المضمون النصي والسياقات الأوسع نطاقاً؟

الباحث إلهنجسون أجرى خلال ١٩٩٥ تحليلاً لمضمون عدد من المقالات ومقالات رئيس التحرير عن طريق تعيين موضوعاتها والاستراتيجيات البلاغية التي تستخدمها ثم ربطها بالمتحدث والجمهور المخاطب.

فيما اعتبر الباحث هولمز عام ١٩٩٨ تحليلاً لمضمون استخدام النساء مع دراسة علاقته بسلطة المرأة ووضعها.

وتكمن فلسفة تحليل الخطاب التي تميزه عن الأشكال الأخرى من التحليل إلا أن الحدود الفاصلة بين تحليل الخطاب والتحاليل الأخرى تتلاشى وتتباعد.

ومن هنا فإن تحليل الخطاب يتطلب من الباحث أن يقوم بما يلي:

- ١- الوعي بأهمية تشكيل الفئات والإطارات التي تنتج واقعاً من نمط معين بينما تميل مناهج أخرى إلى اعتبار الفئات التحليلية أمراً مسلماً به وتلحق بها البيانات.

٢- يهتم محللو الخطاب بالطبيعة المفسرة اجتماعياً لفئات البحث ذاتها. ومن هنا فإن المهمة عند تحليل الخطاب تتمثل في تعيين الطرق التي يستخدمها المشاركون أنفسهم في بناء واستخدام فئات في أحاديثهم لا العكس أي أن مهمة الباحث عند تحليل الخطاب في تطبيق فئات على حديث المشاركين "عينة البحث" وعلاوة على ذلك فإن محلي الخطاب عليهم أن يتنبهوا إلى ما يلي:

- ١- التفسير المشترك لفئات النظرية على مستويات متعددة بما في ذلك دور الباحث وموضوع البحث والمجتمع الأكاديمي وحتى المجتمع ككل.
 - ٢- محاولة تصميم وعرض بحثهم بطريقة تعترف بهذه العلاقات المعقدة.
- ومن هاتين النقطتين قد تظهر إشكالية فرعية تتمثل بالموضوعية والتحيز في عملية التحليل حتى إن بعض النقاد يتهم تحليل الخطاب بالذاتية ويصف طريقه المختلفة أنها مجرد تأويلات شخصية، إن هذه الاتهامات من الممكن أن تثار عند مناقشة التحليل الكمي، ومن الجدير بالذكر أن عدداً من الدراسات أشارت إلى أن التحيزات التي تحدث للتحليل الكمي تنحصر في:

١- تحديد العينات.

٢- فئات التحليل.

٣- تصنيفها ورصدها.

٤- استنتاج دلالاتها.

وهذا لا يعني أن كل أدوات وعمليات تحليل النصوص والخطابات غير صالحة أو فاسدة، ولكن المطلوب نزع القداسة والعصمة الموضوعية عن كل أنواع التحليل الكمي والكيفي والتعامل معها وفق نظرة نسبية تتعلق بطبيعة تكوين العلوم الاجتماعية ووظيفتها هذه النظرة السابقة تهدف إلى تحقيق ما يلي:

- ♦ التطوير المستمر لعمليات التحليل بغية فهم الواقع والمعنى.
- ♦ الاقتراب من الموضوعية ومحاصرة الذاتية أو حتى الاعتراف بوجودها وتحديد مجالها وتأثيرها في مجمل عملية التحليل.

هذا ولتطوير دقة الموضوعية في تحليل الخطاب لا بد من الربط ما بين الثالوث الذي يجمع ما بين النص والسياق والخطاب من جهة وتضمنين البحث استخداماً محكماً ودقيقاً لطرق البحث وهذا التشخيص يمثل تحدياً كبيراً للباحثين في مجال الخطاب.

والسؤال الذي يطرح نفسه كيف يمكن التغلب على هذه التعقيدات؟ تجيب الباحثتان نلسن فيليس وسينثيا هاردي بالقول أنه لا يمكن دراسة كافة نواحي الخطاب ولذلك يتطلب اختيار مجموعة جزئية من النصوص لتحقيق إمكانية التعامل معها ومن هنا لا بد من الإشارة إلى الخطابات الأوسع نطاقاً، ومن ثم التعرف على مواقع النصوص المنفردة في الكميات الأكبر من النصوص، والأهم من كل ذلك الاهتمام بثالوث الأبعاد والمتمثل بالنص والسياق والخطاب.

وتوصلت الباحثتان إلى أن مواجهة احتمالات التعلم تأتي من خلال استخدام تقنية تحليلية معينة فيتم تفسير المعاني أولاً بأول وإعطاء ثقلًا للمعاني المتعددة وقبل ذلك يجب شرح صمغنا في حدود الطرق والمساحات المعتادة للنشر الأكاديمي وهذا هو المطلوب تضمينه في دراسة البحث.

الإشكالية الرابعة: علاقة الخطاب باللغة والواقع الاجتماعي تكمن أهمية هذه الإشكالية من منطلق أن الخطاب ينتمي إلى عالم اللغة أو العلامات على اعتبار أن اللغة هي مجموعة العلامات لكن كل علامة لها علاقة بالواقع الاجتماعي، ومن هنا قد تتور إشكالية هل اللغة تصنع الواقع أم الواقع يصنع اللغة؟ ومن هذه الإشكالية قد تتور جملة من الأسئلة بالغة الأهمية وهي: من يصنع الخطاب وكيف يتغير؟ ومتى ولماذا يتغير؟ ما هي آليات تغيير الخطاب؟

إن المتفق عليه أن الخطاب لا ينتج من فراغ في بل إطار سياق تاريخي، ثقافي، اجتماعي محدد، ولذلك فلا بد من تحليل الخطاب في إطار الممارسة الاجتماعية، ولكي نفهم الخطاب أو أي خطاب من الضروري أن نربط بين الخطاب

والسياق الاجتماعي الثقافي بل أن نربط بين هذا الخطاب ومجمل الخطابات التاريخية المعاصرة.

الإشكالية الخامسة: وحدة وتنوع الخطابات وطبيعة العلاقات بينها: بمعنى هل يوجد خطاب واحد لحقبة زمنية واحدة كما ذهب ميشيل فوكو أم أن هناك خطابات متصارعة بمعنى هل تختلف أنواع الخطابات بعضها عن بعض الخطاب السياسي والاجتماعي والتاريخي والإعلامي والعلمي، إضافة إلى ما هي العلاقات بين الخطابات النوعية وهل هي علاقة تنافسية أم صراعية أم تكاملية؟

الإشكالية السادسة: أي بمعنى أن هذه الإشكالية هي نتيجة لتراكم الإشكاليات الخمسة السالفة الذكر، إذ لا يخفى أن كل إشكالية تعكس ما يلي:

♦ اختلافات فلسفية ومنطلقات متباينة لأصحابها.

♦ رؤى للعالم ومناهج مختلفة، الأمر الذي يشجع على دراسة كل المنطلقات النظرية والمنهجية بحيث يرد الباحث كل اختلاف أو تباين حول مفهوم الخطاب وعلاقته باللغة والواقع الاجتماعي وآليات تغيير الخطاب إلى الجذور الفلسفية والمنطلقات التي يعتمد عليها أصحاب المدارس والمذاهب والاتجاهات المختلفة في دراسة واستخدام الخطاب.

إن ممكن الإشكالية السادسة أنه لا يوجد نقاء معرفي بين مذاهب واتجاهات تحليل الخطاب بل إن هنالك أنماطاً من التداخل والتشابك والاستعارات المعرفية والمفاهيمية بين هذه الاتجاهات والمذاهب بمعنى أنه مهمان للثغور على اختلاف في الأسس المعرفية والمفاهيمية لأشهر الباحثين في حقل تحليل الخطاب أمثال نورمان فيريكلو وفان ديك ومع ذلك ثمة مشتركات معرفية ومفاهيمية بينهما. خلاصة القول في إشكاليات تحليل الخطاب أن الباحث الحصيف يمكنه تحديد الملامح الرئيسية لمذاهب تحليل الخطاب، والتي تعكس سمات معرفية منهجية مختلفة تولف بينها وتطورها دون أن تعترف بهيمنة إحداها أو اندماجها في

منظومة واحدة. ولعل هذا المشهد يعكس أحد ملامح عصر ما بعد الحداثة والخاص بنزع الطابع الثابت والجامد للمدارس المعرفية والنظريات الكبرى في العلوم الاجتماعية، وفي هذا الإطار ثمة محاولات للربط بين اتجاهات ونهيارات ما بعد البنيوية وما بعد الحداثة ونظرية النقد لكن هذه المحاولات وصلت إلى طريق متعثر.

إن عدم الاتفاق على مفهوم الخطاب واستخداماته لم تمنع من انتشار بحوث تحليل الخطاب وتناولها لموضوعات ومجالات من بينها تحليل الخطاب الإعلامي الذي يعتبر تطوراً مهماً لجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور فضلاً عن تفاعلاتها مع الظروف التاريخية والاجتماعية.

ومن ناحية ثانية فإن علماء اللغة قد فرقوا ما بين مصطلح الخطاب Discourse، وبين الحديث Enounce.

إن الحديث يجمع بين عينة لغوية واحدة ويحلل إلى عناصر صغرى ابتداءً بالصوت أي المونيم باعتباره أصغر وحدة، في حين أن تحليل الخطاب يمسير في اتجاه آخر إذ أن الجملة هي الوحدة الصغرى التي يحلل إليها ثم إن تحليله يتطلب إدخال سيكولوجية المخاطب بكسر الطاء في التحليل^(١).

أما في الثقافة العربية الإسلامية وكما يقول د. عصام نجيب فإن مدلول الخطاب Orations يقتصر على الكلام المفوظ كأداة تعبير وهو مستمد من قوله تعالى: **وَوَعَدْنَاهُ الْوُكُوفَ وَأَتَيْنَاهُ الْحُكْمَ وَحَصَّلَ الْخُطَابَ**، والمقصود بفصل الخطاب استعمال كلام شفوي متصف بالبيان لفظاً والتبيان مضموناً أي الدال على المقصود دون أي لبس أو غموض^(٢).

من جهة ثانية، فإن الدراسات الفرنسية قسمت الخطاب إلى أربع منظومات، وكما يقول بغورة الزواوي:

١- المنظومة المنطوقية.

٢- المنظومة الحجاجية.

٣- المنظومة السردية.

٤- المنظومة الخطابية.

وقد ارتبطت الأعمال الأولى للينويين الفرنسيين أمثال كلود شترواس، ورولان بارت، وجان لكان، ميشيل فوكو بهذه الأشكال من تحليل الخطاب. ومن ناحية أخرى فقد أكد الباحث أرنولد تولسون في كتابه نص الخطاب في الوسائط الإعلامية الصادر عام ١٩٩٦ إلى القول أن السيمولوجية أي العلامة قد قادت في الستينات وأوائل السبعينات حقول تحليل النصوص الإعلامية، ووفرت للباحثين أسلوباً لتحليل المعنى بينما هيمن التحليل الأيديولوجي على هذا الحقل في أواخر السبعينات، وبداية الثمانينات وزود الباحثين بمنهج للتفكير في العلاقات بين المعنى والبنية الاجتماعية، ومنذ منتصف الثمانينات وحتى الآن أصبحت نظرية تحليل الخطاب هي التي تقود عمليات تحليل النصوص، ولقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير ما بين المعنى والبنية الاجتماعية من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه، منظم المعنى نفسها تعتبر سلطة، وهي لا تظهر بسهولة كتنظيم بنية اللغة بل من خلال ممارسات ذات دلالة، إنها ليست ببساطة المعانية المرتبطة بالممارسات الاجتماعية^(٩).

من جهة أخرى اعتبر التوسير كوك في نظرية الأيديولوجيا أن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما، فهما متداخلان، أي أن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب. هذا يقودنا بالفعل إلى طرح السؤال التالي: متى نشأ مفهوم الخطاب وتحليله؟ اختلفت المصادر في أول من استخدم مصطلح الخطاب في الأدبيات الغربية، فبعض المصادر تشير إلى هاييمز، فيما دراسات أخرى تشير إلى هاريس أول من استخدم مفهوم الخطاب خاصة في الدراسات اللسانية الحديثة إذ وسع التحليل اللساني إلى ما هو أكبر من الجملة^(١٠).

هذا وقد بدأت أبحاث تحليل الخطاب في الثمانينات من القرن الماضي بعد إجراء عمليات متطورة لمنهج التحليل الكيفي وابتداء ولادة تحليل الخطاب وخاصة الخطاب النقدي، وقد تأثرت هذه المجالات بهيمنة اتجاه ما بعد البنوية، ولقد أشارت الدراسات إلى أن أول من بحث موضوع تحليل الخطاب في الدراسات الأنسنية

هو بينيس لكن النقلة النوعية تمت على يد بنفسه، ومن جهة ثانية فإذا كان تحليل الخطاب محوراً من محاور علم اللغة التوزيعي كما يقول الباحث هاريس، وتلاميذه، فإن مفهوم تحليل الخطاب قد اكتسب أهمية متميزة كأداة للتحليل مع إسهامات إميل بنفسه وخاصة في كتابه علم اللغة العام^(١).

هذا وقد طرح عدد كبير من الباحثين مجموعة من الأسئلة تتعلق بالخطاب من حيث مفهومه وما يعني تحليل الخطاب، وأهدافه وأدوات تحليله؟ وهل الخطاب أداة للتحليل أم نظرية تفسيرية؟ وهل هو أداة محايدة أم أداة ومنهج يرتبط بنظرية عامة أو نظريات في إدراك وتفسير الواقع؟

كل هذه الأسئلة المتنوعة نحتاج إلى إجابات متنوعة أكثر، وبدلنا على طريق الإجابة الباحث الهولندي المخضرم "فان ديك" أبرز الباحثين في تحليل الخطاب حيث وجه سؤالاً من أسئلة السهل الممتنع حيث يقول ما هو الخطاب؟ ويجب عليه قائلاً: "إنه سطحي في ظاهره وعميق في حقيقته، إن الخطاب عبارة عن إجابة تفصيلية على سؤال ما هو الخطاب". إجابات "فان ديك" جاءت في كتاب نلسون وفيليبس وكاتثيا هاردي والمنشور عام ٢٠٠٢، حيث توصلوا إلى أن هناك فرق ما بين اللغة والخطاب من جهة والنص والخطاب من جهة أخرى، إلا أن الاختلافات ما بين النص والخطاب أعمق بكثير عن اللغة والخطاب، ومع ذلك فإن النص والخطاب يتقاطعان في البناء والوظيفة بالنسبة لوحدات اللغة الكبرى. لذلك يرى فريق أن النص والخطاب بالرغم من وجود فروق بينهما على مستوى المفاهيم والمناهج والوظائف، إلا أنهما قد يتماثلان، من جهة أخرى يتميز الخطاب بسمات ديناميكية أهمها:

- ١- متحرك ومتغير.
- ٢- له جمهور وهدف وقصد معين.
- ٣- يتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية.

الفصل الثالث

أنواع الخطاب

بعد العرض السابق عن مفهوم الخطاب في التراث العربي والغربي ونشأته، لا بد وأن نتحدث عن أنماط وأنواع الخطاب.

ومن وجهة نظر بحثية بحتة وبالرغم من وجود بنية واحدة للخطاب، إلا أنه يتدرج من الأكثر إلى الأقل تعقيداً والأعمق إلى الأقل عمقاً، والأشمل والأقل شمولاً، وعلى هذا النحو تتدرج أبرز أشكال الخطاب عبر التاريخ القديم والمعاصر.

أولهما - الخطاب الديني:

أكثر الخطابات عمومية بكل أشكاله ومدارسه وتنوعاته سواء أكان مقدساً أم دنيوياً، إلهياً، أم نسلانياً، وحيّاً أم إلهامياً، نغلاً أم عقلاً، يمتاز الخطاب الديني بأنه سلطوي أمرّي إذعاني يطالب بالإيمان بالغيب بالقضايا العقدية، ويعتمد على التصوير الفني وإثارة الخيال والحياة المستقبلية وما بها من وعود وخلّاص من آلام البشر.

طبيعة هذا الخطاب أنه قابل للانشطار من خلال:

- ❖ خطاب عقائدي كما هو في علم الكلام أو باطني كما هو في التصوف أو تشريعي كما هو في الفقه وأصوله.
- ❖ خطاب يقدسه الناس حتى يصبح بديلاً عن المقدس ذاته.
- ❖ له أصول وفروع.
- ❖ له قلب وأطراف.

- ❖ به حق ويأمل.
- ❖ يوجد فيه فرقة ناجية وفرقة هالكة.
- ❖ يعتمد على سلطة النص أكثر من اعتماده على سلطة العقل.
- ❖ يعتبر نفسه متميزاً بل وحكماً على باقي الخطابات.
- ❖ يتوحد به الحكماء بحيث يصبح الخطاب الديني والسياسي واحد.
- ❖ تكثر المذابح والحروب، ويتم تكفير المخالفين باسمه.
- ❖ أقدم الخطابات تاريخياً.
- ❖ يؤدي أحياناً إلى الغرور والتعصب والتعالي، ولا يقبل الحوار لأنه خطاب أخلاقي يعتمد على سلطة القائل وإرادته.
- ❖ لا يحتاج إلى مقاييس للصدق إلا من صدق القائل.

ثانياً - الخطاب الفلسفي:

- تخرج من معطف الخطاب الديني لكنه حاول تطوير الخطاب الديني من حيث نزع الجانب العقائدي النقلي السلطوي وتحويله إلى خطاب عقلي برهاني.
- يمتاز هذا الخطاب بما يلي:
- ❖ بالحوار والرأي والرأي الآخر.
- ❖ يشتمل على مقاييس صدقية أهمها الاتساق، التطابق أي النتائج مع المقدمات خاصة إذا كان استنباطاً ومع الواقع، إذا كان استقراءياً مع التجربة الإنسانية إذا كان خطاباً مع العلوم الإنسانية.
- ❖ قادر على التعميم والتجريد والصياغات النظرية للقوانين، إنساني النزعة، منفتح على الحضارات الأخرى.
- ❖ يخاطب جمهور العقلاء بصرف النظر عن انتماءاتهم الدينية والعرقية والسياسية.
- ❖ يخاصمه الخطاب الديني لأنه يعتبره منافساً له على المعرفة والسلطة.

- ❖ أصحابه دافعوا عنه ووقفوا مواقف مشرفة، فسقراط والجعد والحلاج والمهرودي، وجيور وسيد قطب كلهم شهداء الموقف.
- ❖ تقدمت البشرية من خلال.
- ❖ أحياناً لا يفهمه الخاصة وأحياناً لا يفهمه العامة، خاصة إذا كان بسيطاً وواضحاً بعيداً عن المصطلحات الفلسفية.
- ❖ مثالي الطابع يعتمد على التنزيه، خلافاً للنزعة يدعو إلى الفضلية.
- ❖ تزدهر به الحضارات وتعرفه مثل الحضارة اليونانية والإسلامية، والأوروبية الحديثة.

ثالثاً - الخطاب الأخلاقي:

وهو الخطاب الذي يقرأ الخطيبين الديني والفلسفي في الحد الذي يتفق عليه الناس وهو خطاب الفضائل، والتمهيز بينها وبين الرذائل يختزل العقائد والنظريات إلى مجرد سلوك فاضل ومعاملة حسنة، ولذلك اشتهرت مدرسة فلسفية أخلاقية اعتبرت الأخلاق جوهر الأديان، وأشهر أعلامها مسكويه والراغب الأصفهاني، الصوفية، البروتستانتية الليبرالية عند هارنك ومندلسون، الكاثوليكية التجديدية عند لوزي واليهودية الإصلاحية عند اسبينوزا ومندلسون^(١).

رابعاً - الخطاب القانوني:

اختزال للخطاب الديني، الفلسفي، الأخلاقي إلى مجموعة من الأوامر والتواهي وعلى النحو التالي:

الدين شريعة، الفلسفة مواعظ، والنظر عمل ولذلك ازدهر الخطاب القانوني داخل الخطابين الديني والفلسفي مثل القياس في الشريعة والحلقة في اليهودية، والقانون الكنسي في المسيحية بل توحدت الشريعة مع الدين وأصبحت أهم من العقائد والفلسفات النظرية مثل الشريعة اليهودية والشريعة الإسلامية.

مميزات الخطاب القانوني:

- ✦ خطاب عام للتأسي جميعاً يضع قواعد السلوك وعقوبات في حالة خرق القانون.
- ✦ يعتمد على العقاب أكثر من الجزاء وقد يصل العقاب إلى الموت.
- ✦ عادة ما تحدث خروقات بين القاعدة والتطبيق وبين صورة القانون وماديته وشدته ولينته بين حسن النية وسوءها بين المصلحة العامة والخاصة.

خامساً- الخطاب التاريخي:

وهو الخطاب الذي يركز على المواعظ واستعادة نماذج بطولات التاريخ ومفاخره، فالحاضر كله في الماضي، والمدينة الفاضلة فكانت في عصر النبوة والخلفاء الراشدين وستعود بعد الموت في الحياة الأخروية، فالخبر في هذا الخطاب أحد مصادر المعرفة ويتم التحقق من صدق الروايات أولاً، فمثلاً علم الحديث وضع أساساً من أجل التحقق من الخبر من حيث صدق الرواية عن طريق اتصال السند أو النقد الخارجي للنص، فقط أكثر من تحليل المتن النقد الداخلي وهو ما سماه المحدثون نقد المصادر ونقد النص^(٧).

سادساً- الخطاب الاجتماعي والسياسي:

وهو الخطاب الذي يتحول من الديني بعد اختزاله عدة مرات إلى الخطاب الإنساني الذي يبدأ بالمجتمع ويصدر عنه خاصة خطب الزعامات السياسية والحزبية، قادة الدول ورؤساء الحكومات، والوزراء ورجال الأعمال. فاللغة اتصال والاتصال بين الذوات والذوات أعضاء في مجتمع، وفي نظام سياسي. الصدق من الخطاب: الترابط الاجتماعي، فيما يمتاز هذا الخطاب بـ كونه من أهم مظاهره أو التأثير في الناس وتوجههم كما في الخطاب الأيديولوجي. وفي هذا الخطاب يتم الكشف عن صراع الأهواء والمصالح والإرادات والقوى الاجتماعية والسياسية في حراك اجتماعي بالرغم مما يبدو في المجتمع إلى الأمام أو تجذبه إلى الخلف في مسار تاريخي تحكمه قوانين التاريخ.

سابعاً- الخطاب الأدبي والفني:

وهو الخطاب الذي يقوم بتحليل الأعمال الأدبية والفنية لبيان جمالياتها، وصورها وأساليبها وقدرتها على التأثير في المتلقى، وإثارة خياله ومقدار ما فيها من إبداع من جانب الأديب أو الفنان.

يمتاز هذا الخطاب بما يلي:

- ١- الجمع ما بين الذاتية والموضوعية.
 - ٢- يجمع بين رؤية الأديب والفنان.
 - ٣- يجمع بين الواقع الذي يصورانه ويعبران عنه.
 - ٤- الحقيقة تحكم الجمال على المستوى الوجداني والانفعالي وليس على مستوى التجريد العقلي كما هو الحال في الخطاب المنطقي الرياضي أو الطبيعي، كما هو في الخطاب العلمي، وأبرز رواده النقاد العرب أمثال عبد القادر الجرجاني وحازم القرطاجني وأعاد صياغته علماء النقد والجمال المحدثون خاصة مدرسة هرانكفورت.
- إن العمل الأدبي إبداع، وتحليله نقدياً يدخل في باب الخطاب النقدي الجمال^٣.

ثامناً- الخطاب الإعلامي والمعلوماتي:

وهو الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين والمُشاهدين وتوجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر والإعلام وصياغته، وليس الهدف الرئيسي الإعلام كما يجري الآن، وخاصة لدى الإعلام العربي.

ويعتبر الخطاب الإعلامي من أكثر وأشهر أشكال الخطابات لأنه الطريق الذي يؤدي القوة في السياسة والاقتصاد، وقد تعرض هذا الخطاب إلى جملة تحولات رئيسية، هبداً بثورة الطباعة ثم ثورة وكالات الأنباء ثم الثورة التكنولوجية في

التلفزيون والحاسوب، وهذا التطور قاده إلى علماً مستقلاً هو المعلوماتية، وتحول من علم إنساني تقليدي إلى تكنولوجيا حديث يهدف إلى تنظيم المعلومات والاستفادة منها في كيفية صناعة القرار^(٦٠).

من جهة أخرى، فقد اعتبر بعض الباحثين الإعلاميين أن السيميولوجيا قادت في الستينات والسبعينات حقلاً تحليل النصوص حيث وفرت للباحثين أسلوباً لتحليل المعنى، بينما هيمن التحليل الأيديولوجي على هذا الحقل في السبعينات، وبداية الثمانينات، كما وزود الباحثين بمنهج للتفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية، ومنذ الثمانينات وحتى الآن أصبحت نظرية الخطاب هي التي تقود عمليات تحليل النصوص الإعلامية.

لقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه، فتظم المعنى نفسها تعتبر سلطة، وهي لا تظهر بسهولة مثل بنية اللغة بل من خلال ممارسات لها دلالة أنها الأيديولوجيا كما يقول الباحث التوسير في نظرية الأيديولوجية بل إن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما، فهما مترابطان أي أن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب^(٦١).

الخطاب العلمي المنطقي:

وهو أشد أنواع الخطاب صرامة ودقة، يعتمد على تحليل القضايا العلمية والرياضية بأسلوب المنطق، فالرياضة هي العامل المشترك الجامع بينهما، ويبتعد هذا الخطاب عن الخيال، ويحاول تجاوز اشتباه اللغة العادية ويسعى للوصول إلى الدقة والموضوعية والتخلص من الجوانب الذاتية والشخصية.

إن وسائل التحقق في هذا الخطاب جزء منه حتى يمكن الوصول إلى قوانين عامة يتم من خلالها السيطرة على الطبيعة والتحكم في عقل البشر عن طريق قوانين الفكر^(٦٢).

من جهة أخرى إن هذا الخطاب هو الذي أوصل الغرب إلى ما هو عليه الآن ويتباهى به ويعتبره أهم إنجازاته بالرغم من مساهمة الحضارات القديمة وخاصة الحضارة الإسلامية.

مناهج تحليل الخطاب:

قبل أن ندخل في ملف مناهج تحليل الخطاب لا بد وأن نتعرف ما هو تعريف المنهج، وما هو الفرق ما بين المنهج والتحليل.

هناك تعريفات متعددة للمنهج، وكل تعريف ينطلق من منهجية أو فلسفة محددة بعبارة أخرى كل تعريف مسكون بهاجز التخصص الذي ينتمي إليه الباحث، فمثلاً التعريف التالي للمنهج يعبر عن مرجعية فلسفية كـ المنهج هو المفاهيم التي يوظفها الباحث في معالجة موضوعه والطريقة التي يوظفها، وهذه المفاهيم قد يجدها الباحث في قائمة في نفس المجال الذي يتحرك فيه أو قد يضعها وضعاً أو قد يستعيرها من مجال آخر، وفي هذه الحالة يعمل على تلويحها أي على تضمينها أموراً لم تكن تشملها من قبل أو إفراغها من أمور كانت مشبعة بها^(٨).

فيما يعرف "بيرنرد كلاود" المنهج بأنه الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى تبني نتيجة معلومة^(٩)، ومع ذلك فإن المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة، وأن العلم الذي يبحث في هذه الطريقة هو علم المناهج^(١٠).

بعد أن تناولنا بعض مفاهيم المنهج فلا بد وأن نخرج على دراسة مناهج الخطاب حيث يجمع الباحثون على أنه لا توجد مناهج محددة لتحليل الخطاب، ولذلك خيم على أغلب الدراسات المعاصرة في تحليل الخطاب التحليلات التجزئية المتناهية في الصغر، والتي يصعب دمجها في مناهج كلية يمكن تطبيقها أي الانتقال من مرحلة Micro إلى Macro، لذلك غلب على معظم هذه الدراسات

الطابع النظري أكثر من الطابع العلمي، وكذلك الوصف والسردية دون التعقيد والتوجيه والدراسات الميدانية الإحصائية التجريبية دون بناء نظري أو نتيجة عملية هي أقرب إلى الدراسات المهنية الحرفية التي ينتقل إعلامها عن بعضهم البعض فيؤسسون أدبيات خاصة يتناقلونها فيما بينهم في دوائر مغلقة تعرف باسم اللسانيات التطبيقية والتي تقوم على تحليل لغة التداول والخطاب الشفاهي وأحياناً حديث النفس، وليس النصوص العالمية الدينية أو الفلسفية أو الأدبية أو التاريخية.

إن تحليل لغة التداول هو عود إلى الكلام الشفاهي قبل التدوين، عود إلى البدائية، كما أن التفكيكية تحول الكلام إلى وحدات كتابية وكلاهما خروج عن بؤرة الخطاب باعتباره قصداً وغاية وحركة وباعثاً وصراعات تغيب الغاية من التحليل والقصود منه وكأن اللغة مجرد إشكال وتراكيب، وصياغات فارغة، ثغرات وأصوات، علامات ورموز، قلب وعدل للعبارات في الحوار بلا مضمون وقصد^(١٠).

المشهد الخطابى:

إن اللغة هي المستوى الأول في تحديد الخطاب لكن أي لغة إنها اللغة المستقلة عن المعاني والأشياء والأفعال، لقد ارتبط تحليل الخطاب في الدراسات الحديثة بتعلم الكلام وتحصيله باضطرابات الكلام أي بعلم النفس المرضي أصبح التحليل الخطابى على النحو التالي:

- ❖ أصبح التحليل شكلاً بلا مضمون فكري كان أو نفسي أو اجتماعي.
- ❖ لذلك غاب الخطاب الفكري أو المقال الفلسفي لإثبات التحليل والتراكيب، وكان التحليل غاية في ذاته وليس وسيلة للكشف عن مضمون فكري أو نفسي أو اجتماعي.
- ❖ لقد غاب الفكر باعتباره قصد، والقصد باعتباره إحالة متبادلة إلى المائم ومعه.

❖ ككل ذلك أدى إلى التجريد والتقييد، وبرزت اللغات المقارنة للقضاء على خصوصية اللغات وتعبير ككل منها عن بنية ثقافية وتراكم تاريخي طويل وطبيعة الفروع اللغوية خاصة السامية والآرية وسيادة اللغات الآرية خاصة الإنجليزية وتعميم نتائجها على باقي اللغات.

❖ إن مادة التحليل مستمدة معظمها من نصوص شفاهية أو مدونة غير دالة لا معنى لها تصل إلى حد اللغو وإزاحة النصوص الدينية والتي تهدف إلى توجيه الأفعال وتقنين قواعد السلوك^(١).

بعد هذا العرض عن المشهد الخطابي ترى هل نستطيع أن نعترف ونقر أن الخطاب هو منهج أم مذهب أم نظرية؟ نرى ذلك.

الفيلسوف والمفكر العربي د. حسن حنفي صنف مناهج تحليل الخطاب إلى أربعة مناهج، هذا يعني إقرار وتأكيد أن الخطاب منهج وطريقة، وعلى النحو التالي:

أولاً: تحليل الألفاظ

أي ضبط استخدام الألفاظ والتراكيب، وأحياناً قد يتم استبدالها ووضع رموز بدلاً منها دفعاً للأشياء وسوء استعمال الألفاظ، ويضرب مثالاً على ذلك من خلال استعمال علماء المنطق هذا المنهج ابتداءً من مبنيّ المقولات والعبارة لأرسطو في الوضعية المنطقية المعاصرة كما واستعمله علماء المنطق الرياضي في المنطق الرمزي.

ثانياً: تحليل اللغة

وهو المنهج المعروف والتداول في تحليل النصوص الفلسفية يبدأ من المنهج الأول ويوسع مجاله ولا يتوقف عنده بل ينتقل من اللفظ إلى المعنى، ومن المعنى إلى الشيء، ويقوم على الفصل ما بين الإنشاء كما هو الحال في القضايا الأدبية والخبر، كما هو في القضايا العلمية وبين التحليل والتركيب أي أن الأول في القضايا الرياضية والثاني في القضايا العلمية.

ثالثاً: تحليل الأعلام

وذلك بالذهاب إلى ما وراء الألفاظ والصور والخيالات لمعرفة دلالاتها النفسية الواعية واللاواعية ويقول بهذه المهمة صاحب الحلم نفسه أو المحلل نفسه، مثال على ذلك تحليل المسيرة الذاتية وأحداث النفس "المونولوج" وهو منهج يكشف البعد النفسي الغائب في منهج تحليل الألفاظ ومنهج تحليل اللغة، هالفة ليست تراكيب وبيانات بل هي مؤشرات على مقاصد ودلالات أعمق، المسكوت عنه هو أساس المنطوق.

رابعاً: منهج تحليل المضمون

سبق وأن تحدثنا عنه وهو من أهم أنواع المناهج لأنه الأشمل والأعم، والذي يستطيع احتضان المناهج السابقة ويجلسها تحت مظلة أو إبطه أي أنه يحتوي على تحليل الألفاظ وتحليل الأشياء من أجل تحليل الأفعال ووصف علاقة الإنسان بالكون أي العالم الإنساني أو العالم الطبيعي.

فالكلام اسم وفعل وحرف كما يقول علماء النحو أي أشياء وأفعال وعلاقات، يحيل بالضرورة إلى العالم الخارجي ويكشف عن الأبعاد الأساسية للخطاب.

والاسم قد يكون نكرة أو معرفة، أي أن النكرة يتكرر بلا هوية خاصة، والمعرفة مفرد لا يتكرر علم بارز وقد يكون بسيطاً أو مركب يشير إلى شيء واحد أو شيئين مضافين، وهو مفرد أو جمع أو مشى أو مذكر أو تكسير، والمفرد لا يجمع مثل كلمة الله، ويضاف إلى ضمائر الملكية، في حالة الملكية أو يضل جوهراً،.. فراداً في العالم لا يمتلكه أحد مثل الله والأرض والسماء والجبال والأنهار والمحيطات والرياح وكل مظاهر الطبيعة التي يعيش الناس فيها ولا يمتلكونها، وضمائر الملكية لها دلالات خاصة إذا كان للمتكلم أو للمخاطب أو الغائب للفرد والجميع، فالمال لا يُضاف إلى ضمير المتكلم إلا مرة واحدة وبصفة السلب "هلك عني ماله" في حين أنه يُضاف جمعاً إلى ضمير الغائب عشرات المرات.

إن الهدف من تحليل المضمون هو أخذ كل الدلالات للخطاب طبقاً لإبعاده ووضع النص في سياقه الاجتماعي وفي آلياته الاتصالية ومعركة النص بأكبر قدر ممكن من الموضوعية والشمولية من أجل العثور على بنية الفكر وهي نفسها بنية الموضوع، وهو نوع جديد من التطابق كضمان للموضوعية بين الفكر والواقع، بين المعرفة والوجود.

إن الهدف من تحليل المضمون ضبط اللغة من أجل إحكام معاني الأنفاظ دون الوقوع في فخ الإنشاء ومعرفة المعاني الواضحة ضد مخاطر الاشتباه ورصد البواعث والمقاصد في الخطاب لمعرفة مساره وتوجهاته ومن ثم يمكن المساهمة في إحكام الخطاب العربي المعاصر ودفع الاتهامات بأن العرب ظاهرة صوتية وإن حضارتهم نصية وأن عقليتهم تأويلية وأنهم لا يحسنون الكلام ويضاعفهم الكلام وعلى أفضل تقدير سيظلون شعراء لا علماء^(١٧).

أبعاد الخطاب:

بعد أن تحدثنا عن مناهج تحليل الخطاب فلا بد من سبر أغوار أبعاد تحليل الخطاب، وقبل أن ندخل في تفاصيل هذه الأبعاد فلا بد أن نقوم بتعريف ماهية أبعاد الخطاب.

إنها تعني بكل بساطة مستويات أو مكونات أو عوالم الخطاب. وتنقسم أبعاد الخطاب إلى المحاور التالية:

المحور الأول: اللغة، إن اللغة عبارة عن أصوات أو وحدات كتابية انتقلاً من الشفاه إلى التدوين ومهمة التفكيك القضاء على قوة العقل بحيث يتم اكتشاف أنه وراء عالم اللغة لا يوجد عوالم أخرى ولا معاني ولا أشياء ولا أفعال بعبارة قصيرة، كما يقول رولان بارت "الكتابة في نقطة الصفر".

إن إيجابيات هذا المحور هو تجاوز لغة الدين ولغة الميتافيزيقيا من أجل إخضاع اللغة باعتبارها لغة منطق محكم للأنفاظ وخاصة في مجتمع يقلب عليه

الخطاب الإنشائي وكثرة استعمال المترادفات وأشكال السجع العقلي لذلك يغلب على هذه الدراسات المعاصرة وكما يقول د. حسن حنفي الطابع التطبيقي العملي التعميلي الشفاهي بالرغم من صورتها وعدم وضوح الغاية والهدف والقصد، وخلوها من الإيمان والإيحاء والمجاز والبعد الجمالي التأثيري في اللغة وسلبياته الوقوع في الصورية الخالصة، وكأن علم اللغة لا شأن له في مستويات الخطاب والتي تضم "المعنى، الأشياء، الاتصال، والآخر ركزت عليه الدراسات اللغوية المعاصرة في تحليل الخطاب والذي يغلب عليه التحليل الكمي.

المحور الثاني: عالم المعاني المستقل عن الألفاظ، وهو الأقرب إلى قلوب وعقول الفلاسفة ويمتاز بأنه يركز على المعنى ورؤية الماهيات وحديث النفس وتجاوز الوسيلة إلى الغاية وبعض الباحثين يوجهون أسهم النقد إليه بأن عيبه الوحيد الانحراف نحو النزعة الباطنية الصوفية والتراتيل الروحي بين الذوات دون الحاجة إلى أدوات الاتصال مثل اللغة وكذلك يستبدل الرؤية بالصوت المسموع.

المحور الثالث: عالم الأشياء، أي العالم الخارجي المستقل عن الألفاظ والمعاني، وهو عالم التحقق من صدقية القضايا التي تصدر أحكاماً على الواقع حتى تصبح أحكاماً عليه لذلك ركز العلم على مبدأ التحقق أو الصدق.

يمتاز هذا البعد في تحليل الخطاب بإيجاد مرجعية خارج اللغة، فاللغة وسيلة وليست غاية وصدق الحكم في تحقيقه ويعيب هذا البعد ضيق الأحكام وطابع التصديق الحر في إسقاط الإنسان الذي يقوم بعملية التحقق وغلبة المطابع النفعية "البرجماتية" من أجل السيطرة على الطبيعة.

المحور الرابع: عالم الأفعال والأمر والنواهي، ويشكل هذا البعد أهمية خاصة من حيث اهتمامه ونزوجه إلى البعد الإنساني في الخطاب والذي يتحدد من خلال فلسفة الخطاب، بأنه ليس صياغة لغوية فقد تنبه التراث الغربي إلى منطق الأفعال، حيث ظهرت نظرية الخطاب "الفعل عند أوستين وكذلك خطاب البروتوكولات أو خطاب التنفيذ وسيلة، وصاغ بيرس منطقاً للسلوك اللغوي فيه أي الدعوة إلى الفعل.

كما وناقش الفلاسفة هذا البعد، فقد اعتبره إيكير أن مصير النص وغايته الفعل، فيما "هايرماس" اعتبر أن المعرفة هي فعل اتصالي والعقل أداة اتصال الله بالعالم عن طريق الكلام أو المعجزة، فيما اعتبر بلوندل أن الفعل هو ظهور الفضل الإلهي في الإنسان، وهو دليل على وجود الله، فيما اعتبر لافل أن الفعل هو سر الوجود لكن كارل ماركس حدد وظيفة الفكر بتغيير العالم وليس فهمه متقللاً من العقل إلى الفعل.

وقد أبرزت بعض الدراسات المعاصرة هذا البعد السلوكي للخطاب، فاللغة أيديولوجية وقوة، والخطاب يهدف في النهاية إلى التغيير الاجتماعي والثقافي، كما أن هذا البعد السلوكي أي الإنساني للخطاب بأنه فعال يهدف إلى التذكير والتغيير ويقضي على الخطاب النظري المجرد المغلق على ذاته ويميز ما بين الوسيلة والغاية لكنه أحياناً يوحى بالقهر والإلزام والأمر الخارجي لذلك يضيغ السلوك الطبيعي بين الأمر والمأمور وصيغة الأمر في اللغة العربية ثقيلة على النفس.

العلاقة ما بين تحليل الخطاب وتحليل المضمون:

خضعت منتوجات وسائل الإعلام الجماهيرية في الدراسات التقليدية على الأوصاف الخارجية التي تهتم فقط بالظواهر الإعلامية من حيث علاقتها المباشرة بالمجتمع والتاريخ والثقافة، فقد نتج عن ذلك انحصار الاهتمام في مسالة التجليات السطحية للإعلام، والتي تشمل التوجه السياسي، الموقع الاجتماعي، الوضع الاقتصادي، الوظيفة الحضارية وهكذا شكل المظهر الخارجي الأهم في البحوث الإعلامية والصحافية.

وبناءً على ما تقدم لم تتعد المقاربات التقليدية لوسائل الإعلام الجماهيرية الكشف عن مختلف الجهات التمثيلية للمؤسسات التواصلية مجتمعيًا ومعرفيًا، وانسجاماً مع هذا التصور اعتمدت "بضم العين" في التطوير كما في التصنيف المرجعية النظرية والمنهجية للعلوم الاجتماعية بفرعيتها المجتمعي والسياسي.

ومن هنا فإن هذه الملامسات التقليدية سواء أكانت على مستوى المنهج والنظرية وجب أن تنقيد بما ينساق مع المنظومة المرجعية من ظواهر إعلامية ومعاورة صحافية وقضايا تواصلية وعلى ذلك اتجهت إلى تكثيف البحث في القضايا الكبرى للوسائل الإعلامية الجماهيرية والتي تشمل الأطر^(١٢) "المؤسسية، طبقة الجمهور، سيرورة التأثير، الوظائف الأيديولوجية" ومن هنا برزت مقارنة تحليل المضمون واحتلت مكانة متميزة في وسائل الإعلام لأن أسلوب تحليل المضمون هو الأقدر في الأخذ بزمام المبادرة في إدارة دقة الأبحاث الاتصالية لما يتميز تحليل المضمون في قدرته الفائقة على ضبط المضامين المعرفية للنص الإعلامي في مستوياتها الدلالية الصريحة، ومن ثم ظلت البيانات العميقة مهمة في أدبيات تحليل المضمون إلى أن ظهر تحليل الخطاب والذي دخل المعركة متأخراً منذ العقد الثامن من القرن الماضي والذي ركز على الاستلزامات النظرية والتخاطبية للخطاب الإعلامي.

وهذا يقودنا إلى دراسات البيانات الكبرى للوسائل الإعلامية أول الملاحظات المنهجية التي تمكنت من تقييم أو وصف الوسائل الإعلامية الجماهيرية تتمثل في الالتزام بأسلوب تحليل المضمون ومرد هذا يعود إلى الاهتمام بالمظهر الخارجي للمنتج الإعلامي على حساب البيانات الداخلية لذات المنتج.

إن تحليل المضمون كما أسلفنا في دراستنا له في الصفحات السابقة يهدف إلى القبض على المحددات الفعلية والمؤثرات المعرفية والتي تشمل الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أي تسليط الضوء عليها وحرصها سواء أكان تأثيراً أم تأثيراً، وقد التزم منهج تحليل المضمون بميزتين اثنتين هما:

أولاً: الإسقاط

أي قدرة تحليل المضمون على جريان الخصائص المجتمعية على المضمون الإعلامي كما يفيد بتعبية النص الإعلامي للسياق الذي أنتجه إنتاجاً انعكاسياً.

ثانياً: التعميم

أي حصر منهج تحليل المضمون على تناول الإشكالات والمشاكل الفرعية والتي قد تستخدم فرضياتها ونتائجها على القضايا الأصلية.

إن أسلوب تحليل المضمون نظرية ومنهجاً ساهم في دعم أركان الخطاب الإعلامي، بل إننا نعتبره منهجاً تكاملياً بسبب ملاسته لقضايا التواصل الجماهيري الذي يربط ما بين الجوانب الموضوعية والكمية في وصف النصوص الإعلامية والسياسية كوصفه للشعر، والخطابات النفسية والتواصل التربوي.

كل هذا هيأ الفرصة الذهبية لدى الباحثين والعلماء في مجال الاتصال الجماهيري إعادة النظر في مناهج تحليل المضمون، وهكذا برزت محاولات جادة لتقويم المسارات الإجرائية وتكييفها مع مستجدات التطور العلمي والمعرفي ولعل أبرز المحاولات الجماعية في هذا المجال، "مجموعة الوسائل الجامعة غلاسكو" والذي اهتم بالأخبار المتلفزة الصناعية لقناتي "B.B.C"، وتوصلت إلى أنها مرتبطة بالهيمنة الاقتصادية في المجتمع البريطاني، فيما مركز الدراسات الثقافية في بيرمنغهام الذي يعتقد أن وسائل الإعلام لها قوة ثقافية وأيديولوجية تابعة لموقع الهيمنة داخل العلاقات الاجتماعية وساعية إلى تمويل الأيديولوجيات الشعبية، وأما مراكز بحث الاتصال الجماهيري فقد تناول تأثير التلفزة في تغيير الموقف والآراء من خلال العلاقات التفاعلية بين الاتصال الجماهيري والتخطيط الاقتصادي والسياسي⁽¹¹⁾.

وبالرغم من التطورات الهائلة التي تحققت في مجال تكنولوجيا علم الإحصاء ومعايير القياس في المنهج جدد تحليل المضمون حيزه الكيفي من خلال مقدرته الفائقة على اختراق المباني التركيبية والأسلوبية والبلاغية للنصوص الإعلامية.

إن الخطاب الإعلامي في تصوراته التجديدية شكل نسقاً نصياً يعيد إنتاج وجهات النظر السائدة عن الإنسان، والمجتمع والثقافة والسبب في ذلك كما يقول كريندرووف وروز نفرين "إن الخطاب الذي تنتجه وسائل الإعلام الجماهيرية يخضع

لمبداي الهيمنة والتبعية وعليه كان الأولى تحليل النص كإنتاج معرفي ثقافي من معرفة طبيعية البنية الاجتماعية من خلال مكوناتها وعلاقاتها ووظائفها، ومن جهة أخرى وكما يقول الباحثان كوتل وملس فإن هذا التوجه "أي تحليل النص" ساهم في كشف العلاقة الخفية أو المخفية والروابط المضمرة أو غير الصريحة بين اللغة سواءً أكانت "لفظية أو غير لفظية" والأيديولوجيا من خلال تحليل نقدي لمضمون الخطاب^(١٤)، والفضل في ذلك يعود إلى كل من هاركلي وفوداير في تأهيل التحليل النقدي للغة الإعلامية وأيديولوجيتها، ومن وجهة نظر بحثية، فقد تمكن تحليل المضمون من تقريب الوصفية من الجهاز الإجرائي لتحليل الخطاب من خطاب اتباع مسارات الوصف التمثيلية والتأويلية للبيانات المحورية والدلالية، غير أن هذا التقريب لا يغير في تجديد إجراءات تحليل المضمون بل يعتبر دليلاً على ما حققه تحليل الخطاب من جدارة معرفية وسبادة علمية، وهذا يوصلنا إلى الحقيقة التالية "إن نسق الخطاب الإعلامي لا يستوفي شروط التحليل إلا إذا استوفى الوصف الإجرائي في طرق تقويم مضامينه وإشكالاته.

إن نظرية تحليل الخطاب استوعبت شروط الوصف الإجرائي والقائم كما أسلفنا على تقويم مضامين وأشكال المنتج الإعلامي والذي أدى إلى تعدد الأساليب التحليلية تعدداً إجرائياً واختلاف المسالك التقويمية اختلافاً استدلالياً مما اشترط تشعب التصورات وتفرعاتها على مستوى الدلائل أي من حيث امتلاك الأدوات والمفاهيم ومسائلاً من حيث تعدد المحاور والإشكالات.

والسؤال المطروح إذا ما تبين للباحث أنه لا نفع في مقاربات الخطاب الإعلامي إلا بتعيين السبل والطرق إلى معرفة التحليل النصي تبين معه أهمية الخوض في مسألة تأصيل نظرية الخطاب الصحفي وتحليله أخذاً بالقواعد المحلية والمبادئ النسقية والخاصيات النوعية.

من جهة أخرى وتجاوزاً للثغرات الموجودة في منهج تحليل المضمون لجأ باحثو الإعلام الجماهيري إلى الاستعانة بفحص المناهج الأدبية واللسانية والسيماثية لفحص

مضامين وأشكال النصوص الإعلامية أو الصحافية. لقد أشرنا إلى أن إسهام التحليل المصغر في معظم الاتجاهات التقليدية جاء نتيجة استخدام وصفي، أي الاعتماد على الإسقاط والتعميم، واتضح لنا الدافع إلى الاعتناء بالبيئات الصغرى للخطاب في الصحافة وعلوم التواصل عبر تخصيصها واستنباط مميزاتها.

إن الخطاب الإعلامي لا يمثل عاملاً متغيراً متدخلًا بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فقط بل يشكل إنتاجاً لنوياً ومعرفياً يعيد إنتاج المعاني والأيديولوجيات المشتركة بين الصحافيين والإعلاميين والمتلقين "قراء، مشاهدين، مستمعين" وكذلك تتضح الصورة عن مشروعية الخطاب وتحليل السياق التواصلية انطلاقاً من الالتزام بأدبيات تحليل الخطاب.

إن المقاصد من تبني إجراء مقارنة تحليل الخطاب ونظريته دراسة المنتجات الإعلامية وإنزالها منزل النص النسقي لتكون نمطاً خاصاً وجنساً نوعياً للخطاب الطبيعي ومقتضى هذا الكلام تجاوز اعتبار النص الصحافي رسالة متجانسة كما الشأن في الأبحاث الاتصالية التقليدية ونظرية تحليل المضمون لوسائل الاتصال الجماهيرية وعليه ننقل من الوصف التجزيئي للإنتاج الإعلامي الذي بلورته العناية الانعزالية بالمحتوى الدلالي إلى الوصف النسقي الذي يجسد كل الجوانب الأساسية المتعلقة بالخطاب وهي "المضمون، الشكل، الاستدلال، المقتضى".

إن الانتقال الإجرائي المستهدف يتيح التقاطع ما بين الإعلام والنسق من أجل تسطير تصور يخص نسقية الخطاب الصحافي.

بالمجمل فإن نظرية تحليل الخطاب الإعلامي تعمل على تقرير أوليات تخص بنيتين متميزتين هما:
أولاً- البنية الكلية:

وهذه البنية تنتسج إلى نوعين رئيسيين، يتشكل النوع الأول من مجموع المبادئ العامة التي تتحكم في الخطابات الطبيعية والتي تشمل الخطاب الإعلامي

والسياسي والأدبي والثقافي وغيرها، بينما النوع الثاني يتكون من المبادئ الشاملة الموجهة للنصوص عبر الحقولية وهي المسرح والسينما والتلفزيون والصحافة.

ثانياً- البنية الخصوصية:

وهي التي تنهض بالخصائص المتمثلة في القواعد الخطابية التي تولد خطاباً معيناً وفقاً لألياته كأن تقبض على النعق القاعدي للمسرح وحده أو الإذاعة أو التلفزيون وغيرها من حقول وسائل الاتصال الجماهيري.

إن ما يبرر هذه الاستراتيجية هو انفتاح تحليل الخطاب الإعلامي على علوم متنوعة وأهمها الأناسة، التاريخ، علم النفس، السياسة، علم الاجتماع وغيرها.

هوامش الباب الثاني

هوامش الفصل الأول:

- ١- لسان العرب، ابن منظور ما ماله خطب،.
- ٢- القرآن الكريم سورة ص، آية ٢٠ - ٣٠.
- ٣- الفرقان ٢٥.
- ٤- البناء ٧٨.
- ٥- سورة المؤمنون ٣٧.
- ٦- الفرقان آية ٢٧.
- ٧- المؤمنين آية ٢٧.
- ٨- الاحكام في اصول الاحكام، علي بن محمد الامدي ص ١٣٦.
- ٩- الكافية في الجدل، الامام الجويني، ص ٣٢.
- ١٠- تحليل الخطاب الاعلامي، مجد شومان، ص ٢٥ - ٣٦.
- ١١- حصار الزمن ج ١، د. حسن حنفي، ص ١٣.
- ١٢- الخطاب الشرعي، ادريس حماد، ص ٢١.
- ١٣- تحليل الخطاب الاعلامي، مرجع سابق، ص ٢٥ - ٣٦.

- ١٤- الاسس النفسية للخطاب العربي، عصام نجيب، ص٧٧.
- ١٥- حضرات المعرفة، ميشيل فوكو، ترجمة سالم ، ص٢٤.
- ١٦- استراتيجيات الخطاب، ظافر الشهري، ص ٢٧.
- ١٧- مرجع سابق ص ٢٨ - ٤٠.
- ١٨- مرجع سابق ص٢٥.
-

الباب الثالث

الفصل الأول

مفهوم استراتيجيات الخطاب

لحديث عن مفهوم استراتيجيات الخطاب يلزمنا أن نتحدث أولاً عن بعض المفاهيم التي تتعلق مباشرة في الخطاب، وأول هذه المفاهيم التي تم دراستها في الصفحات الماضية هو تعريف الخطاب سواءً على مستوى الأدب الغربي أو على مستوى التراث العربي والإسلامي القديم والمعاصر، وأول هذه المفاهيم التي سنتناولها هو السياق من حيث تعريفه وأنواعه وعناصره.

لقد قسم العلماء والباحثون سياق الخطاب إلى قسمين:

أولهما: السياق اللغوي وثانيهما سياق اللفظ أو الحال أو سياق الموقف.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن دائماً في دراسات الخطاب والدراسات اللغوية ما هو السياق؟ إن السياق تلك الأجزاء الرئيسة التي تحف بالكلمة في المقطع وتساعد بالكشف عن معناها، وسمي هذا التعريف بالتعريف الأنموذج^(١).

ويعتبر بعض الباحثين أن هذا التعريف بالرغم من إيجابياته إلا أنه لا يمثل التعريف الأنموذج لأنه مقيد ولذلك تجاوز الباحثون هذا التعريف، ووضعوا تعريفاً آخر وهو الأوسع من وجهة نظرهم "مجموعة من الظروف التي تحف حدوث فعل التلغظ بموقف الكلام وتسمى هذه الظروف ببعض الأحيان بالسياق"^(٢).

أنواع السياقات:

قسم بريث السياق إلى أكثر من قسم وتنتج عن ذلك قسمة أنماط وهذه الأنماط هي سياق القرائن وهذا ما يسمى بنحو النص والسياق الوجودي، والسياق المقامي، وسياق الفعل.

أولاً- السياق النصي: قدم نحو النص وتحليل الخطاب بعض الآليات لتحليل بعض الوحدات اللغوية الكبرى مثل العبارة، أجزاء الخطاب في المحادثات، المحاور، وكذلك النماذج الحجاجية. في بعض نماذج الخطاب السياسي، فقد كشف التحليليون عن علاقات تتجاوز الإحالة بين الجمل مثلاً فأعادوا بناء تماسك النص بوصفه نظاماً أكبر في النحو لكي يتمكن المرسل إليه من كشف دلالة الوحدات الكبرى.

ثانياً- السياق الوجودي: يزعم أهل الفلسفة والمنطق أن التتابعات اللغوية أو السيميائية تكتسب معانيها من خلال علاقاتها. وهذا الرأي على خلاف البنيويين ويتضمن هذا السياق بطبيعته عالم الأشياء، حالاتها، والأحداث التي ترجع إليها التفسيرات اللغوية. من جهة أخرى فإن الانتقال من الدلالة إلى التداولية في حالة إدراك المرسل وكذلك موقعهم الزمني هي مؤشرات للسياق الوجودي.

ثالثاً- السياق المقامي: المقامات بوصفها سياقاً هي صنف متاصل في المحددات الاجتماعية، فقد يكون هذا السياق إطاراً للمؤسسات، محكمة، مدرسة، أو لأوضاع الحياة اليومية "مطعم، متجر" إذ تؤثر هذه المحددات خصائص المحادثة في النصوص الكبرى وكذلك في بناء الخطاب الإقناعي والحجاجي من خلال قوانين وأنظمة معينة.

رابعاً- سياق الفعل: تعتبر الأعمال اللغوية أنماطاً جزئية من السياق المقامي حيث يرى أوستين أن التسلسلات اللغوية تعبر عن أفعال بل هي الأفعال نفسها، فلم يعد هناك جمل وصفية بحتة ذات معنى ثابت دون أن تكون منطوقات

أدائية إذ تبين في مرحلة متأخرة من نظرية أوستين أن كلمة الجمال تقال لسكي يكون لها القوة الإنجازية ويركز أوستين على دور العرف الاجتماعي أي التعاقد لإنتاج اللغة من قبل المرسل في المجتمع، وقد توافق معه الباحث، حيث ذكروا شروطاً لاعتبار اللغة فعلاً خاصة الأقوال الإنجازية بعبارة أخرى حدد معايير اللغة.

خامساً- السياق النفسي: أي أن اعتبار الخطاب فعلاً وأن الفعل اللغوي قصد مشروط بقود إلى دمج الحالات الذهنية والنفسية في نظرية تداولية.

أولهما: رغبات المتكلم: إذن أصبحت لدينا معتقدات واهتمامات ومقاصد ورغبات كلها تدخل كعنصر ذاتي لتحديد السياق.

ثانياً- العنصر الموضوعي: أي الوقائع الخارجية التي تم فيها القول يعني الظروف الزمكانية يعني أن هذه العوامل تدخل في تحديد السياق.

ثالثاً: العنصر الذواتي: أي المعرفة المشتركة بين المتخاطبين وهي معرفة معقدة التركيب.

يأتي السياق الذي نسميه الجو الخارجي والذي يلف إنتاج الخطاب من ظروف وملابسات ويعتبر العنصر الشخصي أهم عناصر السياق ويمثل طرفاً الخطاب للمرسل والمرسل إليه وما بينهما من علاقة بالإضافة إلى مكان التلفظ وزمانه، وما فيه من شخوص وأشياء، وما يحيط بهما من عوامل حيائية، اجتماعية، سياسية، أو ثقافية، وأثر التبادل الخطابي في أطراف الخطاب الأخرى.

اللغة لسكي تصبح المقاصد والرغبات حالات ذهنية مسؤولة عن برنامج العقل والتفاعل، وهذه الحالة هي محط اهتمام الوصف والتفسير التداولي بوصفها السياق النفسي لإنتاج اللغة وفهمها، وكما تقتضي صلتها التداولية من خلال الاختصار على ذلك الجزء من النشاط الذي يجسد ذاته فقط من خلال الأنظمة النحوية المحددة في إنتاج التسلسلات اللغوية وفهمها واجتذاب الحالات الكثيرة التي لا تنتمي إلى المنهج التداولي مثل اكتساب اللغة والأساس البيولوجي^(٣).

عناصر السياق:

يقتضي السياق عناصر مختلفة وأولها عنصر ذاتي وهو يمثل معتقدات المتكلم، فكل متكلم له معتقدات وأيضاً مقاصد المتكلم، فهو حين يتكلم يقصد شيئاً يشمل اهتمامات المتكلم، والتي قد تكون له أهداف، وينبغي أن تدخل هذه الأهداف في تحديد الظاهرة اللغوية.

والآن سنلقي نظرة على عناصر السياق والذي يتشكل من العناصر التالية:

أولاً- المرسل: محور إنتاج الخطاب لأنه الذي يتلفظ به من أجل التعبير عن مقاصد معينة ويفرض تحقيق هدف فيه ويجسد ذاته من خلال بناء خطابه باعتماد استراتيجية خطابية تمتد من مرحلة تحليل السياق ذهنياً والاستعداد له، فبدون المرسل لا يمكن للغة الطبيعية أن تتجسد وتمارس دورها وتصبح موجودة بالفعل، بعد أن كان وجودها بالقوة، بل قد يكون وجودها ذو فعل مناسب للسياق، وكذلك فإنه بدون المرسل لا يكون للغة فاعلية، إن المرسل هو الذي يوظف اللغة في مستوياتها المتميزة بتفعيلها في نسيج خطابه.

ثانياً- المرسل إليه: لقد اعتبر البلاغيون أن المرسل إليه هو جزء مهم من بناء الخطاب وتداوله مرهون إلى حد كبير بمعرفة حالة أو افتراض ذلك الحال والافتراض المسبق ركن في النظام البلاغي إذ أن الاهتمام مركز إلى المرسل إليه.

ثالثاً- العناصر المشتركة: إن العلاقة ما بين المرسل والمرسل إليه هي علاقة شراكة وتشاركية ولذلك اعتبرت العلاقة ما بين طرفي الخطاب من أبرز السياقات التي تؤثر في تحديد استراتيجيات الخطاب المناسبة واختيارها إذ يراعيها المرسل دوماً عند إنتاج خطابه فلا يغفلها وذلك بوصفها محدداً سياسياً له دوره في إنجاح عملية التواصل وتحقيق هدف المرسل من عمله^(١).

استراتيجيات الخطاب:

تشير الدراسات والمصادر إلى أن مصطلح الاستراتيجية مكون من كلمتين الاستراتيجية والخطاب، فكل لفظ له مدلوله المستقل في الأصل عن مفهوم اللفظ الآخر، ومن جهة أخرى فإن مفهوم الاستراتيجية مفهوم عام بينما الخطاب مفهوم خاص.

مفهوم الاستراتيجية:

هي طرق محددة لتناول مشكلة ما أو القيام بمهمة من المهمات أو هي مجموعة من عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة والتحكم بها.

من هذا التعريف نستدل إلى أن الاستراتيجية هي خطة من أجل الوصول إلى هدف منشود وهي ذات بعدين:

البعد الأول "التخطيطي": حيث يتم تحقيقه بالمستوى الذهني.

البعد الثاني "المادي": حيث يتم تجسيد الاستراتيجية لتتبلور فعلاً.

من جهة أخرى فإن العمل يتركز في كلا البعدين على الفاعل الرئيسي، فهو الذي يحلل السياق ويخطط لفعله ليختار الإمكانيات بما يريد فعله حقاً ويضمن له تحديد أهدافه.

مفهوم الاستراتيجية في الخطاب: أي أن الخطاب المنجز يكون خطاباً مخططاً له بصفة مستمرة وشعورية ولذلك فإن المرسل أن يختار الاستراتيجية المناسبة التي تعبر عن قصده وتحقيق هدفه بأفضل حالة.

العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب:

هناك عاملان من العوامل المؤثرة في استعمال اللغة وتأويلها وهذان العاملان هما:

أولاً- المقاصد:

توهم المقاصد بشكل عام على بلورة المعنى كما هو عند المرسل إذ يستلزم منه مراعاة كيفية التعبير عن قصده وانتخاب الاستراتيجية التي تتكفل بنقله مع مراعاة العناصر السياقية الأخرى.

وتتحدد أهمية وظيفة اللغة في المقاصد من خلال تحقيق التفاعل بين طرفي الخطاب بما يناسب السياق بمجمله بمعرفة عناصره، والمرسل من خلال اللغة يعبر عن قصده في الخطاب، فإن اللغة تحليل عليه لتحديد معنى الخطاب.

أهميته: أجمع الباحثون على أن المقاصد هي لب العملية التواصلية لأنه لا وجود لأي تواصل عن طريق العلامات دون وجود قصدية وراء فعل التواصل ودون وجود إبداع أو على الأقل دون وجود توليف للعلامات^(٦).

من جهته اعتبر جون سيرل بأن المقاصد ذات تكوين بيولوجي ولها أطر معينة في ذهن المرسل وعليه ففلسفة اللغة عنده تعد فرعاً من فلسفة العقل^(٧).

وينحصر قصد المرسل في إفهام المرسل إليه لكن على المرسل أن يمتلك مستوى متقدم من اللغة وخاصة المستوى الدلالي أي هدفه أن يكشف الدال والمدلول وما بينهما، وكذلك التعرف على قواعد تركيب اللغة وسياقات استعمالها.

مفاهيم القصد:

للقصد مفهومان - أولهما الإرادة: أي إرادة فعل الشيء في الحكم على الفعل نفسه فتصبح الأفعال تابعة للمقاصد الباطنة لدى فاعلها لا تابعة لشكلها الظاهري فقط، وذلك مثل بعض الأفعال المتعلقة بالمهر فإن قصد المرسل بوصفه إرادته ليؤثر في خطابه بدرجة أقوى خاصة في إنجاز الفعل اللغوي لاعتماده على توفر الإرادة من عدم وكذلك في ترتيب الخطاب للتدليل عليه.

ثانيهما: القصد بوصفه المعنى حيث لا يمكن تجسيد القصد إلا باللغة إذ جعلت عليه دليلاً لأن الله وضع الألفاظ بين عباده تعريضاً ودلالة على ما في نفوسهم، فإذا أراد أحدهم من الآخر شيئاً عرفه بمراده وما في نفسه بلفظه ورتب على تلك الإرادات والمقاصد أحكامها بواسطة الألفاظ ولم يرتب تلك الأحكام على مجرد ما في النفوس من غير دلالة فعل أو قول ولا على مجرد الألفاظ^(٨).

ماذا تعني السلطة؟ يعرفها الفيلسوف ميشيل فوكو بأنها علاقة قوى أو كل علاقة القوى هي علاقة سلطة^(١٠).

إن هذا التعريف أوضح أن السلطة عبارة عن علاقات تحدث في المجتمع، ولأن العلاقات قد تكون غير متكافئة فإن المرسل يأخذ بعين الاعتبار في الربط بينها وجوداً أو عدماً، وبين استعمال اللغة في الخطاب عند إنتاجه مما يجعل الخطاب هو الإطار الذي تتجسد منه.

من جهتها تساءلت الباحثة ديورة تائين عن مدى التساوي في السلطة سواء في المحكمة أو البيت كما وأبدت تحفظها على تحديد مفهوم معياري للسلطة انطلاقاً من تماهية مع مفاهيم أخرى كالسيطرة والمناورة، وتصل إلى أن مفهوم السلطة مفهوم مجازي وذلك عندما توظف السلطة في التفاعل الخطابي وترى أن لها أنواعاً عدة وتأثيرات متداخلة وأنها ذات تجليات متنوعة.

مصادر السلطة:

هناك مجموعة من البديهيات والتي تؤكد أن المرسل بالنسبة للسلطة إما أن يكون واحد من الاثنين أما مالكها مسبقاً قبل التلفظ بالخطاب أو أنه لا يملكها ولكن يسمى إلى إيجادها بالخطاب وقد ينجح في ذلك بمجرد التلفظ بها وامتلاكها بالتلفظ هو ما يخرج السلطة من إطار المفهوم الكلاسيكي الضيق بالرغم من كونها تمثل علاقة بين طرفين وتوضح بشكل جلي في الخطاب.

هذا الكلام يوصلنا إلى أن السلطة هي عدم اتزان أو توازن في القوى حيث يقع أحد الطرفين فوق هذا التوازن في اتجاه ما في حين يقع الآخر تحت هذا الحد في نفس الاتجاه وينشأ عدم توازن من مصادره وعلى سبيل المثال قدرة الإنسان اللغوية ذاتها ووضعها الاجتماعي قياساً على الآخرين والقيود والتي يفرضها الموضوع والفروق في العمر وأشياء أخرى كثيرة^(١١).

والسؤال الذي يطرح نفسه أين تتوزع أبعاد السلطة؟

كما أن هناك رأياً آخر لابن الشاطبي الذي يعتبر أن المقاصد هي المعاني نفسها واللفظ عنده وسيلة لتحصيل المعنى والمعنى هو المقصود.

ثانياً - السلطة:

تلعب السلطة دوراً رئيساً في إنتاج الخطاب وتأويله كما أنها تمنحه قوته الإنجازية ولذلك فهناك عدداً من الباحثين يعتبر الخطاب نفسه سلطة، ويتجلى دور السلطة بوصفها محدداً رئيساً في ترجيح استراتيجيات معينة دون أخرى ولذلك لا بد من التوقف عليها من حيث مفهومها.

مفهوم السلطة:

هناك إشكالية في تحديد تعريف موحد للسلطة والسبب في ذلك أن مفهوم السلطة من المفاهيم الإشكالية التي يصعب تحديدها في الخطاب على وجه الدقة من منطلق أن مفهوم السلطة والهيمنة والسيطرة هي مفاهيم مجازية، وعليه فإن مفهوم السلطة هو مفهوم مجازي عندما يستعمل في التفاعل والخطاب لذلك تعددت تعاريفها ونتج عن هذا التعدد في التعريفات تعدد في تحديد مفهوم السلطة نفسه.

المعنى العام للسلطة:

أي الحق في الأمر فهي تستلزم أمراً ومأموراً وأمر له الحق في إصدار إلى المأمور ومأموراً عليه الطاعة للأمر ويتفقد الأمر الموجه إليه.

وهذا التعريف محدد للغاية وينطبق على بعض الأطر الاجتماعية لمبنيين أولهما: أن المجتمع ليس ببنى تراتبية هرمية تنتمي إلى المجال الوظيفي وحده، فالتفاعل الخطابي يحدث بين كل الناس في كل المستويات وفي كل الظروف وبهذا فإن للسلطة تأثيراً في إنتاج الخطاب وتأويله. ثانيهما: أنه لا يمكن النظر إلى السلطة على أنها معطى سابق فقط إذ يمكن أن يمتلكها الإنسان بمجرد التلطف بالخطاب. وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا التعريف الضيق والمحدد إلا أنه أكد على ضرورة توفر طرفين في الخطاب، أمر ومأمور.

تتوزع أبعاد السلطة على المعايير التالية:

١- سلطة اللغة:

العناصر السياقية سلطتها على المرسل كما أن له سلطاته على ما حوله ولكن السلطة لمعت مطلقة يمارسها كيف شاء ويتضح ذلك من سلطة اللغة عليه وعلى الرغم أنه يستطيع استعمال كثير من الأدوات إلا أن بعضاً من الأفعال لا ينجزها إلا باستعمال اللغة بوصفها أدواته الرئيسية والأهم في التفاعل مع المرسل إليه وهذا أقوى الأدلة على سلطته من خلال إنجاز بعض الأفعال اللغوية التي تستغني فيها اللغة بنفسها عن العلامات السيميائية مثل من القوانين وتفسيرها.

كما وتكمن سلطة اللغة بما فيها من قواعد وأنظمة معينة إذ تصبح هذه الأنظمة قيوداً بالزامها للمرسل في التقيد بأنظمتها العامة من نظام صوتي، معجمي، دلالي، تركيبي وعلى الفرد أن يستجيب في النهاية للغة وقوانينها وسلطتها^(١٦)، وهناك نقاط جوهرية في سلطة اللغة لتحصر في النقاط التالية:

- ١- احترام تلك الأنظمة التي اكتسبتها، فأصبحت جزءاً من كفاءته أو قدرته اللغوية وذلك عند استعمال اللغة في الخطاب.
- ب- لا يمكن خرق هذه الأنظمة إلا في الحدود التي تسمح بها أي حدود الجوازية، وهو ما يدخل في حرية الاختيار.
- ج- والأهم في سلطة اللغة أن يبقى الخطاب مفهوماً من المرسل إليه وبخلافه فإن الخلاف يخرج عن أنظمة اللغة المتعارف عليها ويصبح هذا لغة خاصة يقتصر التفاهم بها على الطرفين المتواضعين على النظام البديل.

٢- سلطة المرسل:

ويعتبر البعد الثاني من أبعاد السلطة على المعايير والذي يؤكد على أن انتقال السلطة من اللغة إلى المرسل بوصفه الفاعل الرئيسي في الخطاب من منطلق أن القدرة على الإذعان لقواعد اللغة وقيودها أو خرقها والتلاعب بها هي كفاءة تواصلية، وعندما يستعمل المرسل الكفاءة التواصلية ليؤثر في سلوك الآخرين أو

لينصب من نفسه المرجع في مجتمعه أو ليعلي من قدره ومرتبته، فإننا نتحدث هنا عن تأثير يتم عن دهاء، والمرسل يحقق هذه التأثيرات من خلال التلاعب واستغلال القواعد والاستثناءات والاختيار من المواد المخزونة وهذا يشير إلى المعنى الاجتماعي. وهنا قد يطرح السؤال التالي من أين يحصل المرسل على سلطته؟ إن سلطة المرسل قد تكون حقاً مكتسباً في حقل من الحقول الاجتماعية أو الوظيفية وغيرها وتكون موجودة قبل التلفظ بالخطاب، وتتبلور بالانتماء إلى درجات متفاوتة في سلم العلاقة العامودية في الخطاب ومن أهم مصادر الحق المكتسب علاقات القرى العامودية في الخطاب المتأصلة مثل علاقة الجد بالولد وعلاقة الوالد بولده، ومنها كذلك علاقات الوضع الاجتماعي المهني وهي علاقة عرفية تماضدية مثل الطبيب مع مريضه والصحفي مع قرائه.

ومن أجل تقنين السلطة نجد أن الشريعة الإسلامية قننت السلطة حيث وضعت ضوابط وأنظمة تحدد العلاقات وتبين الصلاحيات كما نجد ضوابط وشروط لكل عمل يصدق عليه فعل الإنجاز، ومن أهمها الضوابط المتعلقة بالمرسل وحدود سلطته مثل شروط الرهن والهبة. وهناك مصدر آخر لاكتساب السلطة عندما لا تكون متاحة للمرسل أصلاً إذ يمكن أن يمتلكها من خلال التلفظ بالخطاب، فيصبح بعد التلفظ ذا سلطة.

٣- سلطة المرسل إليه:

للمرسل سلطة على المرسل إليه وقد يكون في هذا ما يتعارض مع مفهوم السلطة الكلاسيكي ولكن تتضح سلطته عندما يكون في مرتبة أعلى من المرسل، وإن كان هذا ليس هو القيد الوحيد فقد تتضح سلطة المرسل إليه حتى في الخطاب الذي ينشأ بين طرفين لا توجد بينهما علاقة عندها يختار المرسل استراتيجية الخطاب المناسب التي يستطيع أن يحقق هدفه ويعبر عن قصده واستعمال الألقاب في الخطابات المكتوبة أو المنطوقة من أكثر المظاهر التي تجلي الحقيقة.

٤- سلطة المجتمع:

إن سلطة المجتمع تتمثل فيما يسمع باستعماله من ألفاظ اللغة، وهذا ما يجعل بعض الأنماط الخطابية الصريحة غير ممكنة وخاصة خطابات الجنس أو بعض الممارسات الشخصية وتعتبرها الباحثة لاكوف أن هذه الآلية تنتمي إلى ظاهرة التأديب مراعاة لذات المرسل إليه واحتراماً للمجتمع مثل الجماع والمعاشر، فعل الحب. توعك الصحة بدل من المرض، مات بدل من انتقل إلى رحمة الله، التخلص من الحمل الإجهاض.

وقد يكون هذا التعدد تعبيرياً وهو جزء من سلطة اللغة بما توفره من إمكانيات تساعد المرسل على المناورة والتعايل اللغوي على المجتمع ورغم صحة هذا الكلام إلا أن المرسل لا يلجأ إلى ذلك إلا إزعاجاً لسلطة المجتمع والدليل على ذلك أنه قد يستعمل اللفظاً تدل مباشرة على حقيقة الأفعال والأشياء والممارسات عندما يكون المجتمع منفطحاً.

إن سلطة المجتمع قد تمتد إلى أبعد من ذلك حيث تفرض ما هو مناسب من الموضوعات والاختيارات على المرسل، فلا يستطيع أن يقول كل شيء وأن يتحدث في أي موضوع.

هناك تصنيفات معينة لما يمكن أن يقال أو يتحدث فيه وهي تدرج من المسموح به إلى المحرم خاصة عند استعماله في وسائل الإعلام الجماهيرية ولذلك تلجأ بعض هذه الوسائل إلى افتراض مرسل إليه مثالي أو معتدل مع الأخذ بكل الاحتياطات في الاعتبار والابتعاد عن كل ما يشكل أو يساء فهمه خاصة المواد الإعلامية التي لا يعرف فيها المرسل والمرسل إليه على وجه التحديد وإنما عن طريق الحذر بناءً على افتراضات معينة، وحسب معارفه السابقة وهذا الصنف يسمى فيركلا وبالسلطة المقنعة أو الخفية مما يبرر استعمال الاستراتيجية التلميحية عند تناول بعض الموضوعات أو مناقشة بعض الأمور^(٣٧).

من جهة أخرى فإن للمكان سلطته فهو أهم العناصر الاجتماعية ذات السلطة المستمدة من الطبقة الثقافية التي تقن استعمال اللغة في الخطاب؛ فمثلاً لا يستطيع المرسل أن يناقش المرسل إليه أو يسأله عن مباراة لكرة القدم، وهو يلقي خطاب الثقة بالحكومة تحت قبة البرلمان، فالمكان هو أحد العناصر السياقية التي تؤثر حرية المرسل عن إنتاج الخطاب.

السلطة في الخطاب:

المرسل يعتبر امتلاك السلطة من الضرورات أو من الأمور المستعينة لكي يتمكن من تجسيدها في الخطاب، بحيث يدركها المرسل إليه بالخطاب، ويستغني عن السؤال عن مدى امتلاك المرسل لها من عدمه، ويكف عن محاسبته، فلا يسأله أين السلطة وذلك لما للسلطة من حضور عند ممارستها في الخطاب، فهي تعتمد على اللغة والأفعال اللغوية أكثر من اعتمادها على القوة أو الهيمنة حتى وإن كانت هذه اللغة القاعدة المطلقة التي تقف وراء إنجاز فعل لغوي معين.

ولهذا فإن انعدام السلطة سوف يؤدي بخطاب المرسل إلى فشله فلا يستطيع أن ينجز شيئاً من خلال خطابه لأن معظم الشروط التي يجب أن تتوفر كي يعمل الإنجاز الكلامي عمله تنحصر في مدى التلاؤم ما بين المتكلم ووظيفته الاجتماعية وبين ما يصدر عنه من خطاي أي أن الكلام عرضة للفشل إذا لم يكن صادراً عن شخص يملك سلطة الكلام ويعبارة أخرى موجزة إذا لم يتوفر المتكلم على السلطة التي تخول له أن يتقوّه بالكلمات التي ينطق بها^(١٤).

لاحظنا في الصفحات السابقة أن السلطة كانت معياراً في تصنيف الأفعال اللغوية الإنجازية إذ تنتج عنها عند أوستين صنف الأفعال الإنجازية الثاني أي صنف الممارسات التشريعية التي تتعلق بممارسة السلطة والقانون والتنفيذ والأمثلة على ذلك التعيين في المناصب العليا والانتخابات وإصدار الأوامر التفسيرية في المذكرات وإعطاء التوجيهات التنفيذية القريبة من النصيح والتحذير وغيرها^(١٥).

دور السلطة في اختيار استراتيجية الخطاب:

ينتمي إنتاج الخطاب إلى كفاءة المرسل وبالتالي فاختيار استراتيجية ما هو إلا تجسيداً لفعليها، ولهذا فإن الرصد ما بين السلطة من حيث أثر وجودها وعدمها، وما بين اختيار استراتيجية للخطاب يعد مسألة هامة جداً في إنتاج الخطاب، إلا أن هابرماس يرى أن الاستراتيجيات اللغوية تجسد تباين درجات السلطة التي تتسم كثيراً من التفاعلات السياقية المعاصرة مما يشوه التواصل لأنها تحل محل العقلانية التي يفترض أنها بورتها^(١٧).

وهذه عملية يمكن تحقيقها بالآليات اللغوية ويعد الحجاج أبرزها لأنه عمل عقلي في ممارسته لكنه يعتمد على اللغة في تمثيله مما يسهم في استثمار قاضي المنطق واللغة بالدرجة الأولى وهما القالبان الأساسيان في كل عملية لغوية وفي ذلك ما ينزع إلى تغيير المعتقدات بل وتوجيه الذهن صوب وجهة محددة^(١٨).

السلطة بالخطاب: يتوفر كل خطاب أي خطاب على أنا المرسل أما في بنية الخطاب الظاهرة أو في بنيته العميقة ورغم صدق ذلك إلا أنه لا يعني أنه يتوفر لكل إنسان سلطة معينة يوظفها في خطابه، ولكن غياب السلطة يحرم المرسل امتلاكها من خلال التلفظ بأنواع متعددة من الخطابات، فالسلطة لم تعد تكمن في أنا المرسل بقدر ما تكمن في إنتاج الأنا للخطاب وذلك بتفعيل عدد من المهارات، واستثمار عدد من الخصائص اللغوية في السياقات المناسبة لها، وبالتالي فإن التلفظ بالخطاب يصبح هو الذي يكسب الأنا السلطة لا العكس.

علاقة السلطة بالقصد:

إذا اعترفنا أو سلمنا بأن السلطة ذات خصائص سلمة تراتبية أي أنها تتدرج في القوة فإن هذا التدرج لا يخلو من أثر على قصد المرسل وعليه فإن تأويل الخطاب الواحد قد يختلف من سياق إلى سياق نظراً لاختلاف درجة المرسل، وبالتالي سلطته.

ينطبق تدرج القصد بتدرج مرتبة المرسل على الخطاب المحفوظ أي المتوفر في الثقافة عبر أحد روافدها مثل الخطابات الدينية، الثقافية، مثل الآيات القرآنية، الأحاديث النبوية، .. حيث يظل تفاوت القصد مطرداً مع تفاوت سلطة المرسل.

أنواع الاستراتيجيات الخطابية:

أولاً: الاستراتيجيات التضامنية: قبل أن نناقش هذه الاستراتيجية لا بد من الإشارة إلى العوامل التي تؤثر على المرسل في اختيار استراتيجيته وهما: العلاقة السابقة ما بين المرسل والمرسل إليه والتي قد تتدرج من الحميمية إلى الانعدام التام ويسمى المرسل في هذه الحالة إلى تعويضها من خلال إيجادها بالخطاب، وثانيهما السلطة فقد يمتلكها أحد طرفي الخطاب على الطرف الآخر عندما يعلو الآخر درجة وقد لا يمتلكها أي منهما عندما تتساوى درجاتهما أو عندما لا يربطهما أي علاقة.

وعلى ضوء ذلك ينبغي تحديد استراتيجيات الخطاب اجتماعياً على هذين العاملين بشكل عام، وهو مرد تصنيف "كيتش" للعلاقات بين الناس إلى صنفين الصنف العامودي ومحوره السلطة والأفقي والذي يتحدد على أساسه ما أسماه براون وجيلممان "معيان التضامنية كبعد اجتماعي".

وبين هذين الصنفين تناسب عكسي حيث يتضامن المرسل مع المرسل إليه أو يكون لديه الاستعداد للتضامن عندما تتدنى درجة سلطته وقد لا يتضامن المرسل أو لا يرغب في التضامن عندما تعلو سلطته فقد يتفضل أن يتعامل مع المرسل إليه بخطاب رسمي يؤكد على إبقاء الفرق بينهما كما هو.

ما هي الاستراتيجية التضامنية: إن من طبيعة المفاهيم أنها نسبية وهذا سبب تباين الناس في تعريفها وتحديد شروطها ونتائجها بدقة صارمة، وعليه فإن مفهوم التضامن معقد ومراوغ فهو صنف نظري بحث.

إن الاستراتيجية التضامنية هي التي يجسد بها المرسل علاقته مع المرسل إليه ونوعها وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينها وبالمجمل فهي محاولة التقريب من المرسل إليه وتقريبه.

عناصر الاستراتيجية التضامنية:

هناك جملة من العناصر الاجتماعية تسهم منفردة أو مجتمعة في اختيار الاستراتيجية التضامنية إذ يختص التضامن بالمسافة الاجتماعية بين الناس وبشجارهم الاجتماعية وخصائصهم الاجتماعية المشتركة الدين، الجنس، السن، مسقط الرأس، العرق، المهنة، الاهتمامات، ومدى استعدادهم للمشاركة في مسائلهم الشخصية، وتختصر أهم هذه العناصر في النقاط التالية:

- ١- مدى الاختلاف والتشابه الاجتماعي.
- ٢- مدى تكرار الاتصال.
- ٣- مدى امتداد المعرفة الشخصية.
- ٤- درجة التألف أو كيفية معرفة الخطاب لكل منهما.
- ٥- مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير.
- ٦- الأثر الإيجابي أو السلبي.

مسوغات الاستراتيجية التضامنية:

للاستراتيجيات التضامنية مسوغات كثيرة وبواعث فاعلة، ولا تخلو هذه البواعث من بغية تحقيق بعض الفوائد إلا أن الاستراتيجية التضامنية تعني بالجانب الأخلاقي أولاً ولكنها لا تغفل الاهتمام بتبليغ القصد والتعبير عنه من أهم مسوغاتها:

- ١- تأسيس الصداقة بين طرفي الخطاب أو إعادتها بين طرفي فرق بينهما الزمن، إن التضامنية هي الطريقة للصداقة.
- ٢- التركيز على حسن التعامل مع صاحب السلطة بطريقة تحدد الأهداف وتقلل المقاصد وتؤسس العلاقات الصيبيية معه أو تبقى عليها.
- ٣- تحسين صورة المرسل أمام الآخرين خاصة إذا كان معروفاً بالتشدد في آرائه أو التسلط في تعامله أو توخي الطريقة الرسمية والجفاء في خطابه.

- ٤- تفعيل التضامن في حياة الناس بما ينعكس على التفاعل الخطابي وتطوير حقهم في ممارسة الحياة بحرية مع تقلص دور السلطة.
- ٥- أهمية استعمالها في الحياة التعليمية حيث يكون التأدب والتخلف في الخطاب مع الطالب وسيلة تيسر الفهم وتزرع الحب فتصبح طريقاً للعلم وسبيلاً للمعرفة.
- ٦- كسب ولاء الناس من الأهداف الرئيسة التي يسعى السياسي إلى تحقيقها أي جعلهم يؤمنون بصواب القرارات التي اتخذها.
- ٧- استثمار إستراتيجية التضامن في التحقيقات مثلاً لإراحة المتهم وتطمينه وزرع الثقة في نفسه ما ينعكس أثره على التحقيق ونتيجته.
- ٨- تفضيل استعمال الإستراتيجية التضامنية عند الاستعداد لتقدير خدمات الآخرين إذ يعزز المرسل الصداقة والحياة معهم^(١٧).

الإستراتيجية التوجيهية:

إن هذه الإستراتيجية على نقيض الإستراتيجية التضامنية فهي تعد إستراتيجية ضاغطة ومتداخلة ولو بدرجات متفاوتة على المرسل إليه وتوجيهه لفعل مستقبلي معين وهذه الاستراتيجيات لا يناسبها الخطابات المرنّة التي تمنع الأولوية لمبدأ التهذيب وعوامل التخلق.

عند استعمال الاستراتيجية ينقسم المرسل إليه إلى صنفين:

- أولاً: المرسل إليه المتخيل بما له من صورة نمطية معينة في السياق مع ما يؤكد عدم خطورة العيني عند إنتاج الخطاب.
- ثانياً: الصنف المرسل إليه الحاضر لحظة التلفظ بالخطاب، فيكون معروفاً عند المرسل معرفة جيدة.

مسوغاتها تتحصر مسوغات الاستراتيجية التوجيهية في النقاط التالية:

أولاً: عدم التشابه في عدد من السمات السمة المعرفية، المبتدئ الذي يحتاج إلى توجيه أكثر من ملاحظته، أو عند الشعور بعدم تطابق الأمزجة أو اتحاد الهدف وانتقاء الحاجة للمعي إلى ذلك.

ثانياً: عدم وجود تكرار في الاتصال بين طرفي الخطاب.

ثالثاً: الشعور بالتفاوت في مستوى التفكير بين طرفي الخطاب ما يؤثر كل منها لطبيعة الآخر.

رابعاً: تهميش ما قد يحدث استعمال هذه الاستراتيجية من أثر عاطفي سلبي على المرسل إليه فيقضي المرسل اعتبار هذه التأثيرات على نفسية المرسل إليه متجاهلاً إياها.

خامساً: تصحيح العلاقة بين طرفي الخطاب غير المتكافئين في المرتبة وإعادة تدوير سيرتها الأولى، إن الهدف الرئيسي لهذه الاستراتيجية إعادة هيكلة العلاقة وتجسيد لها، وتأكيد لحضورها في الذهن وعدم إغفالها حتى لو استعمل المرسل استراتيجية التضامن في بعض السياقات.

سادساً: رغبة المرسل في الامتلاء أو الارتقاء بمنزلته الذاتية وقد يتضح هذا في خطاب المظلوم الذي يطلب من القاضي أو الموظف أن يمنحه حقوقه. سابعاً: إصرار المرسل على تنفيذ قصده عن إنجاز الفعل وعلى حصول أقصى مقتضى خطابه.

ثامناً: حصول تحدر واضح للمرسل أو لتلميحاته أو تحدي هذه الأنظمة والتعليمات العامة أو بالإساءة إليه رغم سلطته.

تاسعاً: مناسبة هذه الاستراتيجية للسياق التفاعلي على سبيل المثال بين المريض وطبيب^(٣٠).

الاستراتيجية التلميعية:

هي تلك الإستراتيجية التي يستخدم فيها الخطاب بصورة تلميعية وليست مباشرة، أي التلميع بالتمسك عبر مفهوم الخطاب المناسب للسياق لينتج عنه دلالة يستلزمها الخطاب ويفهمها المرسل إليه.

مسوغاتها: يلجأ المرسل إلى هذه الإستراتيجية استجابة لدواعي سياقية تجعله يعدل عن استعمال الخطاب المباشر بدافع من عوامل معينة مثل السلطة أو مراعاة التأديب.

وبالمجمل فإن أهم المسوغات التي يلجأ إليها المرسل لهذه الإستراتيجية تكمن فيما يلي:

أولاً: التأديب بالخطاب وهو من أهم الأسباب إذ يستعملها المرسل مراعاة لما تقتضيه بعض الأبعاد مثل البعد الشرعي والبعد الاجتماعي والبعد الذاتي.

ثانياً: إعلاء المرسل لذاته على حساب الآخرين وإخفاء التقوى عليها بذكر معاييرهم أو الانتقاص من أقدارها مثلاً لأن التقوى حاجة فردية ومنزع إنساني ويمكن التلميع به عند التعريض بهؤلاء الناس واحتقارهم بل ويتصنيفهم في طبقة أدنى من خلال مفهوم الخطاب مثل قول المرسل فلان لا يفهم في أمور الحياة شيئاً.

ثالثاً: رغبة المرسل في التملص والتهرب من مسؤولية الخطاب وذلك يجعل الخطاب يستعمل أكثر من تأويل منها القريب والبعيد.

رابعاً: استجابة للخوف يستعمل المرسل هذه الإستراتيجية لئلا يتخذ المرسل إليه خطاباً دليلاً عليه لذلك فقد يجيبه المرسل إليه بخطاب تلميعي يشويه الحذر أيضاً كي لا يتهمة عندها بأنه يستجيب للرشوة ويطلب من المرسل فيصبح كلامه عرضة للمساومة.

خامساً: العدول عن محاولة إكراه المرسل إليه أو إخراجة لإنجاز فعل قد يكون غير راغب في إنجازه يمنحه فرصة للرفض أو المناورة.

سادساً: الاستغناء عن إنجاز عدد من الخطابات والاكتفاء بإنتاج خطاب واحد ليؤدي حقيقة المعنى الالتزامي والمعنى المهني^(٣).

إستراتيجية الإقناع:

من وجهة نظر بحثية في شؤون الخطاب وإستراتيجياته فإنه تم تصنيف الخطاب إلى عدة معايير أهمها:

أولاً: المعيار الاجتماعي: ويتعلق هذا المعيار بالعلاقة بين طرفي الخطاب، فقد تفرع عليه إستراتيجيتان هما التضامنية والتوجيهية.

ثانياً: معيار شكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المرسل ومنه قد انطلقت الإستراتيجية التلميحية.

ثالثاً: معيار هدف الخطاب وتأسس عليه إستراتيجية الإقناع والتي سوف نسلط الضوء عليها لأن الأكثر ارتباطاً بموضوع بحثنا.

إن أهم الأحداث التي يسعى إليها المرسل في هذه الإستراتيجية إقناع المرسل إليه بما يراه أي إحداث تغيير في المواقف الفكرية والعاطفية لديه^(٣).

إن اسم هذه الإستراتيجية ينطلق من هدفها وتستعمل تبعاً لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله فقد يستعملها المرشح لرئاسة الدولة أو النائب أو الحزبي أو التاجر.

مسوغاتها تنحصر هذه المسوغات في النقاط التالية:

أولاً- تأثيرها التداولي في المرسل إليه ونتائجها أثبت وديمومتها أبى لأنها تتبع من حصول الاقتناع عند المرسل إليه غالباً لا يشوبها فرض أو قوة.

ثانياً- تمايزها من الاستراتيجيات المتاحة الأخرى مثل الإستراتيجية الإكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل.

على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الداخلي أو الاقتناع الذاتي فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى إليه المرسل إلى تحقيقه في خطابه.

ثالثاً- الأخذ بتقامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، فالأخير شرط في ذلك لأن شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية، فالمرسل عندما يطالب غيره بمشاركة اعتقاداته فإن مطالبته لا تكتفي صيغة الإكراه ولا تدرج على منهج القمع وإنما تتبع في تحصيل غرضها مبدلاً استدلالية متنوعة تجرّ الغير جراً إلى الاقتناع برأي المحاور وقد ازدوج أساليب الاقتناع بأساليب الإمتاع.

رابعاً- الرغبة في تحصيل الإقناع: إذ يعتبر الهدف الرئيسي لكثير من أنواع الخطاب خاصة في هذا العصر عندما يفضل المرسل استعماله بعض الاستراتيجيات حتى لو كان ذو سلطة تخول استعمال بعض الاستراتيجيات الأخرى والسبب في ذلك إلى أن المرسل إليه قد تغيرت ثقافته وإدراكه لكثير من الأمور ولم يعد يتقبل بعض الاستراتيجيات، كما أن استراتيجيات دغدغة العواطف انقرضت ولم تعد صالحة.

خامساً- إبداع السلطة: فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت إقناع المرسل إليه إذ لا تحقق استراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها إما قولاً وإما عملاً.

سادساً- شمولية استراتيجية الإقناع: إذ تمارس على كافة الصعد حيث يمارسها الحاكم والمزارع والصناعي والحزبي والداعية، كل ذلك بوعي منهم وهذا يعزز استراتيجية الإقناع إلى الكفاءة التداولية عند الإنسان السوي بوصفها دليلاً على مهارته الخطابية.

سابعاً: تستعمل كثيراً في القضايا الدعوية.

ثامناً: استباق عدم تسليم المرسل إليه بنتائج المرسل أو دعواه.

تاسعاً: خشية تأويل الخطاب

عاشراً: عدم الاتفاق حول قمة معينة أو التسليم من أجل طريق الخطاب^(٣٧).

الفصل الثاني

الخطاب الإعلامي

يعتبر غالبية العاملين في الحقل الإعلامي أن مصطلح الخطاب الإعلامي مرفوض رفضاً قاطعاً على اعتبار أن هذا المصطلح هو مصطلح لقيط وغير شرعي، ويجب العمل بشتى الوسائل على وأده ورفضه، وهذا ليس غريباً حيث أنه لغاية الآن توجد غربة ما بين المتخصصين بعلوم الاتصال الجماهيري والذين يعملون في حقول الإعلام وبين البعيدين عن تخصص الاتصال من العلوم الأخرى وخاصة السياسية، وعلم النفس، والاجتماع وغيرهم، وهذه الصورة انتقلت ليس من الجانب المهني بل إلى محاربة هذا التخصص، والذي جاء ليوصل علم الإعلام والاتصال ويضعه منافساً للعلوم الأخرى وهذا هو السبب الرئيسي في النفور من مصطلح تحليل الخطاب الإعلامي^(١).

لكن بعض الباحثين يحاولون أن يصبغوا على هذا المجال أي تحليل الخطاب الإعلامي بأن ييشى تابعاً، ويعمل تحت إبط الخطاب السياسي لكي ييشى تحت سيطرته ورقابته، وكان العلاقة ما بين الخطاب الإعلامي والسياسي هي علاقة أبوية أي أن الهدف من هذا التصور احتواء ومحاصرة الخطاب الإعلامي^(٢).

ولذا فإن تأصيل هذا الخطاب أصبح ضرورة بحثية وعلمية لمعرفة مفهومه ومكوناته وتشكيلاته والتغيرات التي طرأت عليه أثناء الممارسة الخطابية للوصول إلى فهم ميكانيزمات هذا الخطاب وموقعه من اللغة الاتصالية كنظام عام، وبالتالي تحديد فاعلية دوره في إطار ظاهرة التعامل النفسي بمختلف مستوياتها.

مفهوم الخطاب الإعلامي:

قبل أن ندخل في تفاصيل الخطاب الإعلامي، فإننا لا بد وأن نرجع على أبرز تعريفات الخطاب، وسبق أن أفردنا فصلاً كاملاً عن الخطاب وأنواعه وتعريفاته في التراثين العربي والغربي، وقلنا إن مصطلح الخطاب ظهر في الدراسات الحديثة على يد الفيلسوف الفرنسي "ميشيل فوكو" حيث أجمع معظم الباحثين إلى أن مصطلح الخطاب خرج من تحت معطفه حيث أن فوكو كما أسلفنا قام بتعريف الخطاب على أنه نظام تعبير مقنن ومضبوط.

الخطاب الإعلامي: إذا اعتبرنا أن الخطاب السياسي يضع تصوراً للواقع ويمثله على الصعيد العقلي في نظام من المفاهيم التي تأخذ الطابع العام والمحدد، فإن الخطاب الإعلامي يقع في أكثر المواقع حساسية بل وأخطرها، أي في موقع التمثل هذه بين تصور الواقع ذاته، وهنا تبدأ عملية طيخ هذا الخطاب وإنتاجه، حيث أن المهم التعرف على الواقع وتلمس قوانينه بقدر تقنيع هذا الواقع وتقديمه على أنه الواقع ذاته حاضراً من خلال فهم الماضي وإمكانية الإمساك بالمستقبل والتحكم به، لذا فهو يسعى إلى الجزئيات في إطلاق أحكام عامة مطلقاً لا تعبر في تحليلها من قبل المحلل الإعلامي إلا عن التشويه والتعارض العلمي والمنطقي، إنه يعتمد في صياغته على الوقائع والأحداث وما قد حدث فعلاً، ولكن عملية إعادة الإنتاج والتي تتم بواسطة المخطط والمنفذ الإعلامي فرداً كان أم فريقاً لا بد أن تشوه الواقعة لا مثلاً يجب أن تكون.

وسبق أن عرفنا الخطاب الإعلامي في الصفحات السابقة^(١) بالإضافة إلى ذلك فإننا نعتبر الخطاب الإعلامي عملية تقنيع أي إقناع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي بحكمها بنض النظر عن طبيعة هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله ويتسم بطقوس معينة وله خصائصه وأبعاده الطقوسية^(٢).

إن هذا التعريف الإجرائي يعني مجموعة من الحقائق لا بد وأن نتوقف عندها ملياً لأنها تعبر عن خصائص الخطاب الإعلامي ومكوناته البنائية لعملية تقنيق الواقع ليست في جوهرها إلا عملية استبدال العلاقات الاجتماعية الحية والمعيشة بالمتخيل الوهمي الذي يعمل جاهداً على تزيين الوعي عبر أقنعة تحول دون التعرف إلى ما هو حقيقي، بعبارة أخرى بعلاقة تصورية حيث يقوم التصور مقام الحقيقي ويستبدل الواقع المعيش بالمتخيل الوهمي.

ويتم تقديم ذلك من خلال نظام يعبر عن أهداف واستراتيجية المخطط الإعلامي باعتباره منتج الخطاب ومحور وظائفه الأساسية.

ومن جهة أخرى فإنه من خلال النظرة الثاقبة والمحللة والمفسرة إلى طبيعة هذا النظام ومكوناته، سنجد بالرغم من هذه المكونات أنها ما زالت بعيدة عن التحديد أي أن ملامح هذا النظام غير واضحة المعالم بسبب عدم استقلالية الظاهرة الإعلامية وانتشارها أو توزيعها بين العديد من العلوم من جهة، وتعدد مناهج تحليل الخطاب الإعلامي أو بالأحرى تعدد مذاهب تحليل الخطاب الإعلامي من جهة ثانية.

مكونات الخطاب الإعلامي:

إن تحديد مكونات الخطاب الإعلامي نجعلنا أن نعود إلى الدراسات الألسنية ونستعير مفاهيمها وبالمجمل فقد حددت هذه الدراسات مكونات الخطاب الإعلامي على النحو التالي:

أولاً - الفاعلية:

المقصود بالفاعلية أي الفاعل الخطابي الذي يمتلك مميزات، وله أفعال معينة، وهو هنا ليس منتج الخطاب الرسمي وإنما هو إعادة إنتاج الخطاب وتحت أنماط وتشكيلات خطابية متعددة، وعملية إعادة الإنتاج هذه تعد جزءاً لا يتجزأ من عملية واسعة يقوم بها الخطاب السياسي الرسمي ويتم فيها إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية ذاتها، والقائمة في مجتمع معين^(١).

إن الفاعل الخطابي قد يتخفى في أشكال عدة، فهو قد يكون فاعل منطقياً ونارة فاعلاً نحوياً وقد يكون فاعلاً أسطورياً وهو في كل ذلك ينجز أدوار الفاعلين طبقاً لإرادة ومعرفة وسلطة تمتلك قدرة الإنتاج وقدرة التنفيذ وبحكم التطور الكبير الذي يصيب المجتمعات المتقدمة فإنه يمثل فئة الخبراء والمتقنين والمتخصصين بالعمل الإعلامي والنفسي التي تلتحق بمؤسسات الحكم أو السلطة لتبرير وتقنين سياساتها والتطير لها^(١٣).

من جهة بحثية يجب التأكيد على أن القائمين على عملية إعادة إنتاج الخطاب قد لا يمثلون الخطاب الرسمي أو يعبرون عن أيديولوجية أو الانتماء لهذه الأيديولوجية ولكن الموضوع في صورته الجزئية يمثل عملاً مهنيّاً يستند إلى تعليم وثقافة وتمرينات عقلية وتسمية معينة، وإن كان الارتباط الأيديولوجي بالخطاب الرسمي للسلطة أكثر النماذج شيوعاً.

وبعبارة أخرى، فإن جماعات الخطاب تلك تمارس عملاً متميزاً بعض الشيء وتتركز وظيفتها فيما يلي:

أولاً: صيانة وإنتاج الخطابات المتعددة والمتفرعة عن الخطاب الإعلامي.

ثانياً: الحرص عليها وعدم توزيعها إلا بمقتضى قواعد مضبوطة ودقيقة.

ثالثاً: بحيث لا يحول هذا التوزيع بأي شكل من الأشكال دون ملكية السلطة لهذا الخطاب وهي التي تمتلك بدوره تكنولوجيا الاتصال، وتتحكم بكل أدوات الاتصال.

وتبعاً لذلك فإن إنتاج الخطاب يصبح مراقباً ومنظماً داخل أي مجتمع ويعاد توزيعه بموجب إجراءات معينة، لها دورها في السيطرة على احتمالاته المختلفة والتحكم بها قدر الإمكان والتقليل من خطر الاستجابة السلبية تجاه الخطاب^(١٤).

وهنا لا بد من التأكيد على أن الفاعل الخطابي سواء أكان شخصاً أو فريقاً دعائياً لا بد وأن يترك آثاره أو بصماته الشخصية التي تعكس مختلف مكوناته والتي لا بد وأن تلقي بظلالها على محتوى الخطاب وعلى الرموز والإشارات

التي يتم الرجوع إليها في الخطاب والتي لا تتفصل بحال عن السياق الاجتماعي والتاريخي بمختلف جوانبه والذي يتوفر فيه إنتاجه.

بالمجمل الفاعل الخطابي دائماً منتج أيديولوجياً وكلماته ورموزه وإشاراته هي دائماً عينة أيديولوجية واللغة الخاصة بالخطاب تقدم دائماً وجهة نظر خاصة عن العالم تنزع إلى دلالة سياسية بالمقام الأول^(٨).

من جهة أخرى، هناك مجموعة من الحقائق التي يجب التأكيد منها بخصوص الدور الفاعل للفاعل الخطابي وعلى النحو التالي:

- ١- إن الفاعل الخطابي سواء أكان شخصاً أو مجموعة من الأشخاص تمثل في حقيقة الأمر مبدأ تجميع الخطابات وأصل ووحدة دلالاتها وبؤرة تماسكها^(٩).
- ٢- إن دور الفاعل الخطابي يتحدد بعملية إعادة إنتاج الخطاب الإعلامي فإن مهمته الأساسية ليست منتج الخطاب، وإنما هي التعليق على الخطاب، أي إعادة وتكرار ما قبل دون ملل أو كلال، وكأنه يقال لأول مرة، وبذلك يمكن عن طريق مبدأ التعليق نقل الكثرة والاحتمال في الخطاب من حقل ما يمكن أن يقال إلى حقل التكرار في عدده وصورته ومتابعته وقناعته، والجديد هنا في الخطاب الإعلامي لا يكمن فيما قيل وإنما في حادث العودة ذاته.

ثانياً- الفضائية:

تعتبر المكون الثاني من مكونات الخطاب الإعلامي أي أن ما يهمنا في هذا المكون باعتباره فضاءً إدراكياً هو الفضاء الصغير الذي يمتلك إمكانات التواصل المباشر، وإدراك المكونات الخطابية عبر وحدات جزئية والسماح بتحويلات معينة تعمل على تحويل سيميائية العالم الطبيعي إلى سيميائية سياسية يعمل الفاعل الخطابي من خلال العمل على إنتاج علاقات جديدة^(١٠).

وعلى سبيل المثال: ترمز الصليب المعكوف ليمن في حقيقته إلا رمزاً لإحدى الديانات الشمسية القديمة ولكنه أصبح الآن رمزاً للنازية والهتيرية. وكذلك المنجل والشاكوش حيث تحولاً من أدوات عمل إلى رمز للحركة الشيوعية العالمية.

هذه التحولات التي تبدو بريئة وبسيطة في مظاهر تمثل في حقيقة الأمر علاقات سياسية واقتصادية تعبر عن نفسها في نسق أيديولوجي معين، والخطاب الإعلامي في هذا الاتجاه لا يمثل نظاماً دالاً فقط على المستوى اللغوي وإنما هو أكثر اتساعاً يشمل منظومات متكاملة من الإشارات والرموز والقيم التي يعبر عنها والتي يتم التأكيد عليها باستمرار.

خلاصة القول إن فضاء الخطاب الإعلامي هو الذي يحدد في العموم انتماء هذا الخطاب بالرغم من حرص الفاعل الخطابي على طمس حقيقة هذا الانتماء ومراميه الحقيقية عن الآخرين وتقديم نفسه ممثلاً شرعياً أو ممثلاً للشرعية وإزالة التناقض ما بين السلطة الحاكمة والآخرين لذلك فإنه قد يلجأ إلى استلهم ثقافة المجتمع لتأريخه، وبما يساعده في تسهيل هضم مقولاته وتسويقها خلال عملية التبادل التي لا تعتمد سوى الرموز وهكذا يلغي الخطاب ذاته طالما يضع نفسه ضمن نظام دلالي^(١١).

ومن هنا فإن الفاعل الخطابي يسعى إلى ما يلي:

- ١- محاولة أن تمثل رموزه وكلماته وإشاراته لدى الآخرين بحيث لا تكون مجرد بناء أو قاعدة أو نموذج وإنما تصبح لغة الخطاب هي التي تحدد أسس السلوك للآخرين، ولوقفهم من العالم.
- ٢- إن الفاعل الخطابي يريد أن يتقدم إلى الآخرين وكأن ما يقوله هو أمر ويهيب بالآخرين الاعتراف به وتمثله فهو يفرض نفسه على الآخرين بفض النظر عن قناعاته الداخلية لهم.
- ٣- وبهذه الحالة قد تتحول وجهات نظر الآخرين وخطاباتهم إلى صياغات يتم إبرازها بما يتلاءم والسخرية المطلوبة أو الغضب^(١٢).

ثالثاً- الزمانية:

يعتبر هذا المكون الثالث من مكونات الخطاب الإعلامي وتمارس الزمانية في الخطاب الإعلامي مهمة أثر المعنى وتكثيف البعد الزمني من خلال المنطوقة

الرمزية التي يضمونها الخطاب والصورة المثالية التي يعتمد إلى إنتاجها وذلك لحماية وتخليد النظام الاجتماعي والسياسي والقوانين الفاعلة في تطورها.

ماذا تعني الزمانية؟ إنها عملية التدرج في بناء المنطق الإعلامي لوضع مستقبل الخطاب في موقف فكري معين من خلال التلاعب ببعض عناصر موقفه الأصلي.

فإذا بمنطقه الذاتي يقوده تدريجياً إلى تكوين رأي معين أو تقييم وضع معين ما كان يمكن أن يحدث لو ترك لمنطقه الذاتي الطبيعي.

والسؤال الذي يطرح نفسه كيف يستطيع المخطط الإعلامي القيام بمهمة القائم بأعمال إنتاج الخطاب السياسي يجب على هذا السؤال د. حامد ربيع استشاري النظرية السياسية في علم السياسة من خلال وضع حواجز بين مراحل التتابع المنطقي، فإذا بالمنطق يصل إلى نقطة معينة ثم يقف عندها في حالة من الشلل والجمود تمنعه من أي تجديد في التفسير أو أي جهود ذاتية في تقويم أي منطق آخر.

ومن هنا تبدأ مهمة أخرى للمخطط الإعلامي من خلال إيصال مستقبل الخطاب إلى المعجز عن المتابعة المنطقية من خلال دفعه إلى الهدف المخطط له سلفاً ليصل إلى نتيجة ما، كأن يمكن أن يصل إليها لو ترك لمنطقه الذاتي وذلك من خلال تقنيع الواقع بصفات جديدة لا تعبر في حقيقتها عنه ويتم هذا التدرج من خلال تناسق بين وحدات الفضاء الخطابي، بحيث يبدو المنطق متناسقاً داخلياً ومتقاطعاً مع الخطابات الإعلامية المناقضة له^(١٧).

مميزات الخطاب الإعلامي:

يمتاز الخطاب الإعلامي بعدة مميزات أهمها ما يلي:

أولاً- إنه خطاب طقوسي:

والطقوسية هي التي تحدد الفعالية المقترحة أو المفروضة للخطاب، وتأثيره في مستقبل هذا الخطاب مثلما يحدد الحركات وضروب الملوك والرموز التي تصاحب الخطاب ناهيك أن شكل الطقوس هو رمز يحد ذاته.

ومن هنا فإن طقسية الخطاب الإعلامي تتشكل من الأدوار التالية:

أولاً- الخواص المنفردة:

لا يمكن أن يكون الخطاب الإعلامي كيفما اتفق ومن دون مناسبة معينة، فهناك مثلث في هذه الخواص بالنسبة للخطاب الإعلامي وعلى النحو التالي:

♦ قدسية الموضوع وقرائتيه.

♦ المقام.

♦ حق الأفضلية وحق التفرد الذي يتميز به الفاعلون الخطابيون وفي النهاية يحدد الفاعلية المقترحة لمضمون الخطاب وتأثيره في مستقبله ومدى قيمته التأثيرية.

ثانياً- الأدوار المناسبة:

أي أن الطقسية هي المحدد الرئيسي لنور الفاعلين الخطابيين وتأثيرها، وعلى ذلك يجب أن يحتل هذا الموضوع أو ذلك أو يصوغ هذا النمط أو ذلك في صارات الخطاب. ويسجل لطقسية الخطاب بأنها تأخذ شكل الرمزية الحركية الأمر الذي يؤثر بعمق على الروح الحديثة، ويعطيها أساس المشاركة الذي تتطلع إليه، مشاركة سياسية، دينية، ثقافية، أي أنها تعتمد على سلسلة من المشاركات واستغلال أسف الجمهور لزوال طقوس معينة من حياته ولا ميعا البعد الأسطوري لهذه الطقوس حيث يعمل الطقس على إدخال الفرد نفسه إلى الجو الأسطوري الإعلامي، وعلى قدر ما يعيشه الطقس على إدخال الطقس في الحياة الاجتماعية حيث يكون للأسطورة الإعلامية حظ في البقاء أيضاً وفي ممارستها سلطانها على الآخرين، لذا فهي تسقط أن الاستخدام إذا أهمل الطقس الذي يحقق الأسطورة واستخدامات الطقوس في مختلف المذاهب الإعلامية يوضح إلى أي مدى تدخل أهمية قيمة الطقس في نجاح الخطاب الإعلامي^(١).

ثانياً- الأسطورية:

وهي الميزة الثانية للخطاب الإعلامي من حيث أن أي خطاب إعلامي لا يمكن أن يستغني عن البعد الأسطوري سواء أكان ميثولوجياً أم قائماً على خلق أساطير جديدة في المجتمع المعاصر من خلال اعتماد دعائم تمثيل أسطورية محددة.

من جهة أخرى فإن توافر الشرط الأسطوري في الخطاب الإعلامي يكمن في أن الأسطورة وحدها هي التي تعطي الفرد قوة إضافية للتحكم في الواقع الخارجي وإعطائه الوهم بأنه يستطيع أن يفهم العالم وأنه يفهمه عقلاً.

وتسعى الأسطورة كما يقول رولان بارت في الخطاب الإعلامي إلى تحقيق ما يلي:

١- تحويل الواقع إلى حالة أسطورية يستبعد التحديد الزمني منها باعتبارها تفسر الحاضر والماضي وكذلك المستقبل.

٢- لا تكفي صياغة الخطاب السياسي والأيدولوجي من خلال عدة خطابات التي قيلت وتمال وستظل جاهزة للقول أبداً بغض النظر عن صياغتها وهي تقترب هنا من بنائية الخطاب الديني والقانوني^(١٦).

٣- خلق تصورات تتفق وما يشعر به الفرد أنه مقدس فمثلاً بالأسطورة ذاتها كفكرة عظيمة الاستيلاء على عقل الإنسان بشكل شبه كامل يكرس حياته لها بل ويتعدى الأمر إلى تبني المنطق الإعلامي الوارد في الخطاب بأكمله، وهذا الإيمان يصل إلى حد الموت من أجل تبيننا لما جاء في الخطاب ليس في الحقيقة بالرغم من الوهم الذي يحيطنا إلا لأن هذا الخطاب يعمدنا بالسلطة أي سلطة معرفة أفضل للعالم حسيماً نتوهم وسلطة تفسير الأشياء وتحليلها وإقناع نواتنا أن بإمكانها أن تسيطر على ما هو محيط بها أنها السلطة التي تمنح مستقبل الخطاب الإعلامي إحساساً بأنه متفرد وجزء مهم بما يحيط به.

وتكمن خطورة الأسطورة في نقل الخطاب الإعلامي من إعلان الرغبة أو إخفائها إلى أن يصبح هو موضوع الرغبة وهو الأداة التي بها ومن أجلها يقع الصراع إنها السلطة التي تسعى للاستحواذ عليها أبداً.

رابعاً- الإقناعية:

وتعتبر هذه الميزة في الخطاب الإعلامي من حيث أنها تتطلق من البناء المنطقي للخطاب الإعلامي من خلال تقديم رأي واحد وحل واحد ومخرج واحد وعمل واحد ممكن ويتم تحقيق ذلك من خلال الميافين التاليين:

أولاً: السياقات المعرفية التي تقدم على أساس تشييد منظومة من الرموز ذات التمثل الافتراضي من خلال قطبية تقود هذه العمليات وتترجم على مستوى ترتيب الموضوعات بالانشطار الثنائي حيث تكون كل طبقة نقياً للآخرى، ويعبر التعارض هذا عن نفسه من خلال الطابع الاستبعادي لكل مصطلح يقع في بعد واحد.

وتتوزع السياقات المعرفية من خلال الآتي:

- ١- حقل المحتمل من الوقائع والأحداث سواء أكان كذباً أم حقيقة، وتدخل في هذا الإطار عمليات التغليظ والاختلاف والتشويه والتحريف ثم الاختيار والحزم في الطرح والحشد الانتقائي للوقائع.
 - ٢- حق الدلالة اللغوية سواء أكانت هذه الدلالة معروفة أم يتم خلقها كما هو الحال في استخدام الشعارات البراقة أو إطلاق التسميات.
 - ٣- حقل النكوص المنطقي متمثلاً في الأفكار المنعطة والقوالب النمطية.
 - ٤- تغيير الإطار المرجعي الذي يعني تحويل الانتباه والإجماع الكيفي.
- ثانياً: السياقات العاطفية التي تعتمد على سلسلة من الأفاعيل النفسية والآليات الدفاع لاستجابة لدى متلقي الرسالة الاتصالية والتي حددتها بشكل واضح دراسات فرويد في علم النفس ويافلوف وماشون في علم النفس السلوكي وتتوزع هذه السياقات على النحو التالي:

- ١- جرد الرغبات والمخاوف التي تنطلق منها وهي اعتبارات مستوى الجمهور المتلقي.
- ٢- أسطورة الصدين التي تنطلق من اعتبارات مستوى الجمهور المتلقي.
- ٣- أسطورة العدو: متمثلة في عمليات الإسقاط واللجوء إلى كبش الفداء أو المحرقة.
- ٤- الحاجة إلى النقود والانتماء إلى الجماعة والذويان بالمجموع والتي تتجلى بشكل خاص باللاحاق بالركب والإجماع الكمي^(١٧).

الفصل الثالث

الخطاب الإعلامي العربي

لمحة تاريخية:

منذ اعتلاء القوى الوطنية سدة الحكم بعد مرحلة الاستقلال حرصت الأغلبية من الدول العربية بما فيها التي اختارت النهج الرأسمالي على عدم تطبيق تجربة الإعلام الليبرالي وازداد هذا الحرص فيما بعد لدى انتشار الإعلام المسموع والمتلفز وما ترتب على ذلك من تبدلات في بنات الاتصال الجماهيري^(١).

ومن هنا ظهرت في أدبيات الإعلام ما أطلق عليه بإعلام الدولة حيث تبنت هذه الدول كما أسلفنا بعد ما يسمى بمرحلة الاستقلال الوطني لترويج هذا المصطلح الإعلامي والمسمى بإعلام الدولة. حيث انطلقت قناعة الدولة العربية بأن هذا النموذج يشكل حتمية تاريخية فرضتها مرحلة التطور الاجتماعي والاقتصادي والظروف السياسية والقومية والاستراتيجية الناجمة عن واقع التجزئة والاحتلال الأجنبي الإمبريالي لجزء من أراضي الدولة العربية، وهذا يعني من وجهة نظر منطري أيديولوجيا الدولة إقصاء الأفراد والجماعات عن الإعلام لكي تنفرد الدولة بالمسؤولية الإعلامية على اعتبار أن الشأن الإعلامي يقع في مجال المجتمع ولا يجوز تركه للمبادرات الخاصة بكثيره من الأنشطة والمشاريع، إذ أن المرحلة التاريخية من وجهة نظر الحكومات والأنظمة العربية غير عادية وأن لا صوت يعلو فوق صوت الدولة وهذا بالضبط ما يريده كهنة السياسة إيصاله للناس بأن الظرف العربي الراهن يتطلب وجود إعلام غير عادي ينخرط في عملية التنمية والبناء ويسهم في تحقيق طموحات الأمة العربية^(٢).

ومن وجهة نظر أخرى تولدت هذه القناة لدى الدول الرأسمالية المتطورة التي كانت حققت تطلعاتها القومية، وانهمكت في بناء حضارتها الصناعية وبعد الصناعية والتي أطلقت يد المبادرة الخاصة بالصحافة المطبوعة تطبيقاً لمفاهيم الليبرالية وأطمعنا إلى نوعية الإعلام المسموع والمتلفز في نطاق الدولة عقوداً عديدة إدراكاً منها للتغيرات الجوهرية التي طرأت على تركيبة الجمهور الإعلامي وخاصة الضغوطات التي تمارس من عدة قطاعات واسعة وعلى رأسها مؤسسات المجتمع المدني والتي ترى أن الإذاعة والتلفزيون يجب أن تبقى في حضان الدولة خاصة وأن المجتمع يتعرض ما بين الحين والآخر إلى تهديد يمس تماسكه الاجتماعي وخاصة قيمة الأخلاقية السائدة.

وفي النصف الثاني من سبعينات القرن الماضي انفتحت الأبواب تدريجياً أما القطاع الخاص وقيدته بسلسلة من التشريعات والقوانين والإجراءات الإدارية والرقابية، بعد أن قطع إعلام الدولة شوطاً وتعاضمت قدرته ونهياً بنيانه لخوض التنافس بكفاءة بعد أن ولّت مرحلة الانبهار الأولي بوسائل الاتصال وتطوراتها والتي أخذت تنمو في أوساط الجمهور العريض القدرة التحليلية والروح النقدية تجاه المنتج الإعلامي المسموع والمتلفز، ولكن في حين حاولت الدول الغربية المتقدمة ممارسة إعلام الدولة بمختلف أبعاده وجوانبه بينما تخلت الدولة العربية باستثناء لبنان آنذاك وقبل بروز تجربة الفضائيات العربية عنه محولة الإعلام الوطني إلى إعلام قضيوي يتعذر عليه تحقيق النمو والتهوض لردم الهوة الحضارية.

ولو ألقينا نظرة إلى تركيبة الإعلام الوطني في معظم الدول العربية نجد أن مكونات هذا الإعلام لا تتسجم حسب وصفة إعلام الدولة آنفاً من حيث الخصائص، ولا من حيث الصفات والسبب في ذلك لأن آليات تشكيل النظام السياسي والاجتماعي العربي والموسوغات التاريخية والفكرية والحقوقية التي استخدمت عبر عقود الاستقلال وفي مراحل انتشار الإعلام الإلكتروني خاصة لأن الظروف العربية والإقليمية الدولية التي صنعت النكبة ثم النكسة وما نجم عنها من

احتلالات وصراعات عربية - عربية وإخفاقات قومية، كل ذلك متظاهراً ومتفانلاً قدم الذرائع الكافية لكي يتمكن أحد أطراف الدولة ألا وهي السلطة التنفيذية من استقطاب الإعلام الجماهيري برمته وتعميق هذا الاستقطاب عقوداً لمواجهة معطيات المرحلة الحرجة أي لا صوت فوق صوت الدولة أو السلطة^(٣) حتى فقد إعلام الدولة أهم مقوماته وتحول إلى إعلام الحاكم أو السلطة الحاكمة^(٤).

كما لاحظنا خلال الصفحات السابقة فإن مصطلح إعلام الدولة قد برز وما زال يبرز في الأفق، ترى ماذا يعني هذا المصطلح؟

هناك اجتهادات كثيرة تجاه هذا المصطلح، فالدكتورة فريال مهنا عرفته بأنه إعلام المجتمع بكل فئاته وتياراته السياسية والاقتصادية والثقافية والفكرية والقيمية وهو الإعلام المعبر عن وقلع المجتمع بكل تفاعلاته وإشكالياته وإنجازاته وإخفاقاته وتناقضاته وتناقضاته^(٥)، وإعلام الدولة هو الحضن للحركة المجتمعية والمجسد لطبيعتها والمشارك في تجديد اتجاهاتها^(٦).

إعلام الدولة: هو إعلام رسمي يعبر عن سياسات الحكومات ومصالحها وهو الإعلام الأقوى من حيث الوسائل والإمكانات.

ونحن نميل إلى التعريف الأول مع إضافة أن إعلام الدولة هو كل الإعلام الموجود داخل الدولة سواء أكان إعلاماً رسمياً أم أهلياً والذي يقوم بتنطية كل نشاطات الدولة بكافة سلطاتها الثلاث مع أنشطة ليس بهدف الإعلام فقط وإنما التأثير على الرأي العام.

هذا يقودنا للحديث عن أنماط الإعلام، ترى ما هي أنماط الإعلام؟

للإعلام أنماط متعددة ومتداخلة وأهمها:

أولاً- الإعلام الرسمي:

وهو الإعلام الذي تموله، وتشرف عليه الحكومة، وهو الحائط الفولاذي المعروف والذي يعكس السياسات العامة للدولة، فهو إعلام يقع تحت عنوان إعلام سلطوي لأن السلطة هي التي تحدد خطابه وموضوعاته وتوجهاته فهو إعلام أحادي

الطرح. ينبغي الرأي الآخر، وهو رسمي لا علاقة له بالمجتمع وتطلعاته، وتقيب عنه الشفافية ويمتاز بالجمود والتخلف عن ركب التطورات التقنية والاجتماعية، ومهمته المحافظة على الوضع الراهن والحجر على العقول والتستر على الفماد وكان له دور في احتكار الساحة وقد تأكل هذا الدور مع بروز الفضائية الخاصة.

ثانياً- الإعلام الخاص:

وهو الإعلام الذي يعتمد في فلسفته واتجاهاته بناءً على توجهات مالكيه، وهو متقدم على الإعلام الرسمي لكنه أسير للسياسات الحكومية، والأهم من ذلك أن معظم مالكيه هم من رجالات الدولة والمرتبطون معها، ومعظم أشكال هذا الإعلام ربحي ويركز على الترويج لثقافة الاستهلاك، لكن ما يميز هذا الإعلام وبعضه عن الإعلام الرسمي أنه يمتاز بالشفافية والموضوعية وإثارة قضايا جادة، وينطبق هذا الحال على الإعلام المهاجر، وبعض الفضائيات ونذكر منها الجزيرة والمنار..

ثالثاً- الإعلام الأجنبي الناطق باللغة العربية:

نمط قديم لكنه أخذ يتسع وبالات مع انتشار الفضائيات والبيت الفضائي وشبكات المعلومات وانتشار اللغات الأجنبية ويتمتع هذا الإعلام بهامش كبير من الحرية والتقدم التقني^(٧).

رابعاً- الإعلام الشعبي الخاص:

أحد أنماط الإعلام الخاص تنهض به مؤسسات المجتمع المدني وقطاعات متواضعة من الأنشطة المعارضة، وهو إعلام ضعيف مادياً وتقنياً وانعكس ذلك الضعف على مستوى الحريات الإعلامية^(٨)، ومن الجدير بالذكر أن درجة حرارة الحرية الإعلامية في الوطن العربي متدنية جداً متدنية جداً وتأتي درجتها بعد الدول ٨٥ ويتراوح مركزها حتى الرقم ١٦٥ حسب آخر تقارير التنمية البشرية من مجموع دول العالم، وذلك يمكننا القول أن الإعلام في الوطن العربي قياساً بالقطاعات الترموية الأخرى كالصناعة والزراعة والصحة والسياحة، ما زال منكمشاً ومأموراً في معدلات متدنية على مستوى الأداء ونوعيته وحرية الرسالة وقدرة المواجهة والتصدي للفساد والبيروقراطية في الأداء الحكومي.

إن الإعلام العربي خضع منذ بداياته لأنواع مختلفة من القيود الحكومية وتشريعاتها وإجراءاتها فإنه قد عاش تحت هاجش الخوف في إطار قوانين الطوارئ والقوانين الاستثنائية حتى لو كانت تشريعات وقوانين في ظل ما يسمى بالنظم البرلمانية، فإن هذه التشريعات تكون محشية بقوانين صارمة قد يصل فيها الصحفي والكاتب إلى قضبان السجن.

من جهة أخرى برزت ظاهرة جديدة على المجتمع العربي تتمثل بدخول الاستثمارات المالية الضخمة والتي دخلت سوق الإعلام، وإن أصحاب هذه الأموال دخلوا كمنافسين لسوق الإعلام لتحقيق غايتين أولهما الاستثمار المالي في هذا القطاع الحيوي كونه قطاع مجزٍ مادياً ومريحاً ومجدياً وخاصة قطاع الإعلان منه سواء أكان ترويجي أو تجاري وثانيهما من أجل التعبير عن غايات سياسية دعائية داخلية وخارجية وذات أهداف معلنة.

من ناحية أخرى، ففي ضوء تنامي ظاهرة الإعلام الشعبي أو الخاص والرسمي جرت منافسة ما بين هذين النمطين، فقد ساهمت المنافسة إلى تحسين نصبي في طبيعة المادة الإعلامية وتحرير نسبي من القيود الرقابية وبالتالي تحقيق مشاركة شعبية أوسع في صناعة المادة الإعلامية، وأضحت تلك الوسائل الخاصة ميداناً لقياس الرأي وبناء الاستطلاعات وتميزت نمط من المشاركة الجماهيرية في مناقشة القضايا المصيرية وقضايا التنمية والتطور تدريجياً حيث حدث تطور نسبي إيجابي لصالح ارتقاء قبضة الرقابة بكل أشكالها ونمطيتها وصيغها.

وبالرغم من اتساع دائرة التواصل العربي عبر استحداث المزيد من وسائل الإعلام ويشكل خاص القنوات الفضائية إلا أن الرسالة الإعلامية ما زالت دون المستوى المطلوب من حيث الشكل والمضمون إزاء منافسة الإنتاج العالمي من البرامج، وعلى مختلف أنواعها، فالصناعة الاتصالية العربية ما زالت تعيش ضمن حالة شرنقة الالتباس بين الغاية والمضمون مما يدفع المؤسسات الإعلامية العربية إلى زيادة

الاعتماد على المستورد الجاهز أو التوجه نحو التقليد أو استنساخ تجارب الآخرين بكل ما يحمله من مساوئ ومخاطر سياسية واجتماعية على المواطن العربي^(٨). ومن أخطر مظاهر اتساع دائرة الإعلام العربي انتشار ظاهرة الفساد في ذلك القطاع وتعدد مصادره وتنوع أشكاله فقد أدى التحالف بين المال والإعلام إلى إعادة تدوير الإنتاج الكمي والنوعي لوسائل الإعلام للتأثير على الحياة السياسية وكان إنشاء الامبراطوريات الإعلامية قد قاد إلى تورط الإعلام في قضايا الفساد السياسي الكبير ليصبح الإعلام جزءاً منها ومدافعاً عنها، ولم تعد القضية محدودة في مدى دور الإعلام في الكشف عن مواقع الفساد أو فضائح الفاسدين بل عاد الإعلام في الكثير من ممارساته يشجع الفساد ويدافع عنه ويسوق المفاهيم السياسية والاجتماعية والأخلاقية الفاسدة في الحياة الاجتماعية، وإننا نرى اليوم كيف يتم تبييض أموال تجار المخدرات والسلاح في الوقت الذي يتم فيه تبييض صفحات السياسيين وإعادة تلوين صورتهم وسمعتهم لدى الرأي العام وبالمقابل تم توظيف الإعلان التجاري ودوره الترويجي في احتواء الوسائل الإعلامية وإخضاعها لمتطلبات التوافق والسكرت والصمت والتماهي مع الحالة العامة الفاسدة.

إن الإعلام الذي يفترض أن يكون في أولويات أهدافه التعبير عن موثيق وتعهدات الالتزام بالكلمة الصادقة الحرة، ومناهضة كل ما هو سلبي ومخرب وتعتبر الكلمة الصادقة والحرة هي أبرز ضحايا الموجة الواسعة التي تبرز الفساد وتعد على المستوى العام والخاص جزءاً من المناهضة أو الشطارة في الحصول على المكاسب الإضافية وتسويق القيم المنحرفة في الحياة الاجتماعية التي تسلب المواطن حقه في النقد والمواجهة وتخضعه لأملات التوافق مع نظام السوق ومتطلباته^(٩).

واقع الإعلام العربي:

الإعلام العربي هو جزء من مكونات الأمة العربية بقوتها وضعفها بانحطاطها ونهوضها ولكل أمة إعلام ينسجم مع تطلعاتها وتطورها وروحها، حيث إن الصورة الصادقة للمستوى الحضاري لأي أمة هو جزء لا يتجزأ من شخصيتها.

إن الإعلام لا يمكن فصله عن باقي المكونات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية للأمة العربية ولشعوبها من منطلق أن الإعلام العربي لا يمكن أن يتفصل عن فهمنا وإدراكنا لمدى الإمكانيات الذاتية من أجل مواجهة التحديات الاستراتيجية والإمبريالية المعادية للأمة العربية وخاصة الأميركية والصهيونية لذلك لا بد وأن يتم إعادة دراسة واقعنا الإعلامي ليتم تطوير آليات الخطاب الإعلامي العربي نحو دروب التقدم والحدثة.

إن الإعلام العربي عانى وما زال يعاني منذ زمن بعيد تخلفاً كبيراً في ميادينه وضعفاً بارزاً في قدرته على مواجهة الأزمات التي تعصف بالأمة العربية من خليجها الملتهب إلى محيطها غير الهادر.

إن التخلف الإعلامي العربي هو جزء من التخلف العربي بشكل عام، وإن التخلف العربي لم يأت بالصدفة، أو نتيجة لحدث طارئ بل إنه تركبة كبيرة وثقيلة من عهود الاستعمار الذي مرّ بالأمة العربية منذ الحروب الصليبية الكلاسيكية إلى الحروب الصليبية.

إن السيطرة الغربية على كل مقدرات الأمة العربية شكل عنه تبعية شاملة ومنها التبعية الإعلامية والثقافية والتي امتازت بالخداع والتضليل والتأمر بهدف تشويه سمعة التراث العربي الإسلامي من جهة وتصوير العرب بأنهم جهلة ومتخلفين ويدائيين وأخيراً قتلة وإرهابيين.

إن الحقيقة التاريخية للإعلام العربي حيال وإزاء ذلك تؤكد أن مواقف الإعلام توزعت على الشكل التالي:

إنه إعلام معاد لطموح الأمة العربية وحركتها الثورية بالرغم من وجود مسحة قومية لكنها سلبية الموقف تمثله بعض الدول العربية المتحررة وأنصاف المتحررة.

إن الإعلام الثوري الذي نريده هو الإعلام المدافع عن كيان الأمة العربية يجب أن يكون أو يمثل طموح الجماهير العربية ويعبر عن حركتها الثورية،

ويكشف زيف الحكومات العربية المتآمرة والمتصهينة والمتأمركة وبالتالي يعري الاستعماريين الجدد والصليبيين الجدد ووكلائهما في المنطقة^(١٠).

ما هو المطلوب من الحكومات العربية وخاصة في حقل الإعلام الرسمي؟ إن الحكومات العربية مدعاة الآن وليس غداً إلى إعادة الثقة والعمل على زراعتها بشتى الوسائل الممكنة المبنية على الصراحة والشفافية والبحث عن دراسة العوامل التي تساهم بالنهوض الإعلامي ودراسة كافة أسباب المعاناة التي تسببت في ظاهرة التخلف الإعلامي، تلك الأسباب كانت واضحة للعيان والمتمثلة في انعدام التسيق والتخطيط، فكل نظام عربي له سياسة خاصة به سواءً على المستوى الإعلامي أو السياسي، لكن الضحية دائماً الشعوب بسبب اعتماد الإعلام العربي على شهم آمال وطموحات الإنسان العربي ذاته.

إن الإعلام يجب أن يكون رديفاً للإنسان العربي في معركته المصيرية حيال كل أشكال الفطرسة والهيمنة ويجب أن يكون الإعلام رديفاً في معركة الكفاح والنضال وفي تجذير وترسيخ الديمقراطية لكافة أبناء الأمة العربية.

من جهة أخرى، شكل الإعلام ظاهرة ملفقة للانتباه ومع ذلك لا بد وأن نفرق ما بين القدرة الإعلامية على مستوى الفضائيات وبين الخطاب الإعلامي الذي وضع له مكاناً تحت الشمس مستنداً إلى أرضية فهم دوره المطلوب منه إذا كان هناك إدراك وتحسس لطبيعة المخاطر التي تحيط بالأمة العربية.

فالحالة التي يعيشها الإعلام العربي حالة حزينة ومأساوية بسبب ابتعاده عن معالجة القضايا المصيرية التي تمزق الأمة العربية، وهذا الإعلام نجده مفرغاً ومتحلاً من التزاماته وهنا نجد أن الإلزامية غير متوفرة في هذا الإعلام، وبالمناسبة فإن خاصية الإلزامية هي خاصية مزدوجة بالنسبة للإعلام فتارة تستخدمها النظم الشمولية على الإعلام، بأنه ملتزم بتسويق آرائه الذي تريده السلطة وأحياناً تطالب به المعارضة السياسية بأن على الإعلام أن يكون ملتزماً بقضايا الأمة والشعوب، وخاصة أن ملفات الأمة العربية هي ملفات استثنائية ومزمنة تحتاج إلى خطاب

إعلامي استثنائي ثوري وهجومي يضع على رأس جدول أعماله حقوق الشعب العربي على سلم الأولويات وأن تبقى هذه الحقوق بمنأى عن التنازل والمراوغة والبرجماتية.

توازن الخطاب الإعلامي:

طغى مصطلح توازن الخطاب في بعض وسائل الإعلام العربي وجاء هذا الطغيان من منطلقات تبرر الظروف السياسية التي تمر بها المنطقة حيث تم تبديل المفردات حتى يستطيع أن يخاطب نفسه مساحة أوسع، ولا تعرف من سيخاطب الأصل أن الإنسان العربي هو المستهدف بلغة الخطاب من خلال خطاب واضح المعالم والأهداف لا يعتريه الشك ولا التموه ولا اللبس يسمى الأشياء بأسمائها ويوضح موقفه المصيري من القضايا المصيرية التي يجب أن لا تخضع للتأويل والتحريف.

ومما يلاحظ أن القوقعة الإعلامية العربية دفعت بالخطاب الأمريكي والغربي إلى التعادي بشكل خطير للمساس بكل المحرمات ولو ضربنا مقارنة ما بين الخطاب الإعلامي الصهيوني وبعض الخطاب العربي لوجدنا الصورة التالية.

بعد حرب ١٩٤٨ والتي نتذكرها الآن بعد مرور ستين عاماً عليها شكل بوزارة الخارجية الصهيونية فرق إعلامية سميت بفرق الطوارئ هدفها الأول أن تطلع الرأي العام الغربي وتقلب الحقائق وتحاول أن تقدم روايتها مما جرى لكي تستعيد من الوقت وتضع السواد أمام روايات أخرى وقد نجحت إلى حد كبير في هذا المجال وغطت على جرائم كثيرة ارتكبتها ومذابح ما زالت تكتشف لغاية الآن.

وفي عام ١٩٦٠ وبمساعدة أمريكية غزت إسرائيل إعلامها أمريكا، وإفريقيا وبعض دول أوروبا الشرقية آنذاك والغربية لتعم خطابها وتصدره بكل اللغات في الوقت الذي كان فيه العرب يبكون على الماضي ولا يقرؤون لماذا سقطت الأندلس وفلسطين والآليات التي يجب احترامها لصياغة رؤى سياسية وإعلامية لمواجهة هذا الكم الهائل من القصف الإعلامي الصهيوني الذي يحتاج إلى فيالق وجيوش إعلامية لمواجهته.

ومن هنا نرى أن هذا التمدد الإعلامي الصهيوني بصور مختلفة فمن صناعة السينما في أمريكا وتشويه الصورة العربية والإسلامية إلى دور النشر المنتشرة في العالم والتي تمولها الصهيونية العنصرية إلى الأطقم الإعلامية المتخصصة في نشر الأكاذيب الصهيونية وتهويل القضايا التي تستفيد من ورائها بشكل يفوق التصور. وفي هذا الإطار لم يكن الإعلام العربي قادراً على التأثير في وسطه، وبدلاً من صياغة خطاب إعلامي يواجه الإعلام الصهيوني خضع الإعلام العربي للإملاءات الخارجية، فتفرد الإعلام الصهيوني ليسبح ويمرح ويجول ويصول في كل فضاءات واسعة، ويشكل ضغطاً لا يستهان به على مراكز صناعة القرار في عواصم العالم ومن هنا فقد حققت الماسكة الإعلامية الصهيونية قفزات نوعية في خطابها الإعلامي الموجهة إلى دول العالم بدعم غير محدود من الصهيونية العالمية لا يمكن الحديث عن رؤية إعلامية عربية توجه إلى الخارج ولعل ما يمكن الحديث عنه مبادرات فردية محدودة.

لكن الأيام الحالية، فقد جرى تغير ملموس وخاصة في العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي حيث تغيرت الصورة وعلى نحو حاد وعلى مختلف الصعد ما يرجح أن تكون له تأثيرات بالغة الأهمية على المواجهة الحضارية والاقتصادية والسياسية والعلمية والعسكرية مع العالم العربي في الوقت الراهن والمستقبل إلى درجة يمكن القول معها أن ما أصاب أمريكا بعد أحداث ١١ سبتمبر قد أصاب إسرائيل أيضاً من الوضع على اعتبار أن إسرائيل غير قادرة على تحمل هذا النمط من التحول في صورتها بدرجة تحمل الولايات المتحدة لها بطبيعة الحال.

وقد برز هذا التراجع الواضح للعيان بعد العدوان الإسرائيلي على لبنان في حرب ٢٠٠٦ حيث ظهرت إسرائيل وكأنها تابع لأمريكا وتآتمر بأوامرها حرفياً، بل ظهرت كدولة غير قادرة على حماية نفسها في الإقليم الذي أعدت وخططت للسيطرة عليه وزاد من تغير صورتها القديمة هو أن من واجهها لم يكن دولة عملاقة أو نداً كبيراً بما يشفع لها أن تظل محتفظة بهبتها بل كان حزباً أضعف من أهل

دول من دول المنطقة من حيث الحجم، لكنه أخذ الأمور بجدية وصار قادراً على هزيمتها للمرة الثانية على التوالي من حرب تحرير الجنوب اللبناني ٢٠٠٠ وانتصار الوعد الصادق ٢٠٠٦.

وهكذا تغيرت صورة القوى الإسرائيلية، وتغيرت صورة الجيش الذي لا يُقهر فحسب، بل تغيرت سمعة الدولة الصهيونية وقادتها وساستها ووصلت سمعتها بما يعني أن المقاومة العربية حققت قدراً مهماً من أهدافها وأن القوة الإسرائيلية قد انزلت.

هنا لا بد من التوقف عند صورة القادة الإسرائيليين حيث صور الإعلام الصهيوني القادة الإسرائيليين بأن أهدافهم دقيقة ويسيروا وفق خطط مدروسة في التحرك السياسي وفي التعامل مع التصريحات، وفي توقيتها وفي ارتباط ما بين العسكري والسياسي وكان كل من بن جوريون وبيجن ورايين وشارون نموذجاً لتلك الحالة خلال الحروب العربية الإسرائيلية، ومن خلال المضي في مشاريع التسوية وهو ما حقق للمجتمع الإسرائيلي صورة المجتمع الذي ينبج القادة المدربين، وزاد منفاعلية الصورة في المقابل وجود قيادات عربية ضعيفة جداً على المستوى السياسي، لكن وفق التطورات الجارية باتت الصورة تتغير بما سيحدث آثار مهمة على صورة القائد الإسرائيلي، على سعيد الرأي العام الداخلي والخارجي خلال حرب ٢٠٠٦، ظهرت صورة القادة الإسرائيليين العسكريين قبل السياسيين بصورة مزرية ويُرى لها وخاصة بعد تقرير "فينوجراد" فقد ظهروا بأنهم يعيشون مأزقاً حقيقياً وكان من الارتباك والتردد إذ حددوا أهدافاً مختلفة، .. لعملياتهم العسكرية وصاروا مثل البهلوان الذي يسير على أسلاك أو حبل مشدود يهتز السلك تحت أقدامهم، وعليه يمكن القول إن الصورة الآن آخذة في التفتير والفضل يعود إلى وسائل الإعلام التي عرت هذا الصكبان وأظهرته على حقيقته الفعلية ومجّدت وأبرزت بطولة المقاومين ووسائلهم وصمودهم.

ما هو التغير الإعلامي الذي غير هذه الصورة؟

قلنا سابقاً أن المسؤول عن صورة الشخصية العربية هو الإعلام الغربي، وهو الجهة المسيطرة على مصادر الأخبار والمعلومات والتي كانت تتبنى وجهة نظر واحدة في تقديم الأخبار العالمية والعربية هي أمريكا وأوروبا ولكن مع بزوغ أول تجارب إعلامية عربية في المهجر نشأت صحف عربية في لندن وباريس في الثمانينات وتبعها في بواكير التسعينات تجربة الفضائية العربية ونخص بالذات الجزيرة العربية، فتغيرت الأمور منذ ذلك الحين وأصبحت الأخبار العربية والعالمية تصاغ من وجهة نظر عربية وتحلل باللغة العربية والعالمية تصاغ من وجهة نظر عربية وتحلل باللغة العربية وبذلك توقف المشاهد العربي إلى البحث عن وسائل إعلام أجنبية يبحث فيها عن الحقيقة حيث كانت في المرحلة السابقة هي المصدر الوحيد له خاصة إذاعة "BBC"، وبذلك أصبحت وجهة النظر العربية هي المهيمنة على تقديم الأخبار العربية والعالمية وصياغتها ولقد تميزت فضائية الجزيرة والمنار خلال الحرب الإسرائيلية الأخيرة بشمولية التغطية من ميادين القتال مباشرة، ولكن تحسين الصورة العربية لدى صناع القرار الدولي وصلت إلى باب مسدود بسبب النتائج الواضحة لما بعد أحداث ١١ سبتمبر حيث تم تشويه صورة المقاومة من قبل الماكينة الإعلامية الغربية والصاق تهمة الإرهاب بهذه المقاومة بدليل وضع حزب الله وحركتي الجهاد الإسلامي وحماس بنفس المسافة مع تنظيم القاعدة، وبذلك فإن أجواء صدام الحضارات وثقافة المواجهة ما بين الغرب والإسلام أصبحت هي العنوان الأمل بدلاً من حوار الثقافات وتآزمت هذه الصورة من خلال الهجمة الشرسة التي تقوم بها كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا على العالم العربي والإسلامي، وتوج هذا المسار باحتلال أمريكي لأفغانستان والعراق وتغطية مذهلة لكل الجرائم التي ارتكبت بحق الشعب الفلسطيني، هذا الجو المتسمي هباً الأرضية لنقمة الشارع العربي على السياسة الأمريكية والبريطانية والدول الغربية بشكل عام التي تشارك في أعمال القتال في مناطق الصراع، وإن المساهمة الحقيقية لتغيير هذه الصورة لن يتم إلا إذا توقفت الآتين العسكريتين والإعلاميتين الأمريكيتين والصهيونية وبعض

الدول الغربية في التحريض على قتل العرب والمسلمين وتشويه صورتهم بل ولقد توحدت هذه الصورة بالإساءة إلى شخص النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وبذلك توجت هذه الصورة بأن الصراع الذي يجري في المنطقة هو صراع ديني أي حروب صليبية جديدة تحت مسميات إعادة احتلال وتقسيم العالم وفرض الهيمنة.

إن وضع هذه السياسات الإرهاب لن يتم إلا إذا تغيرت العقلية الأمريكية لأن إسرائيل وأمريكا هي مصدر الإرهاب الدولي وأن تتغير السياسة الأمريكية إلى دولة راعية تساهم في بناء المجتمع الدولي ودعمه وتطويره من دولة مهيمنة ومتنطorse وتريد أن تفرض أجندتها بالقوة والجبروت، وإن تغيير هذه الصورة هي من ضرب الخيال لأن التاريخ الأمريكي هو تاريخ إمبريالي مليء بالمجازر والاحتلال.

الوجه الجديد للإعلام العربي:

لقد اتسمت التغطية الإعلامية للحرب على العراق ولبنان بكثافة غير مشهودة من حيث تنفق غير مسبوق للأخبار والتقارير والتعليقات والصور كما ظهرت في هذه الحروب تكنولوجياً متطورة جداً جعلت منها حدثاً بصرياً وتكنولوجياً استثنائياً.

وقد بدأ المشهد الإعلامي اليوم أكثر تحولاً نحو آليات جديدة تستوجب قراءة ما يشهده العالم من مفاهيم ومعطيات واستراتيجيات.

إشكالية الإعلام العربي:

قبل أن ندخل في دراسة هذا الملف الحيوي والساخن علينا أن نقوم بتعريف الإعلام، والإعلام بأبسط تعاريفه تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة بهدف معاونتهم على تكوين رأي عام وسليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة من المسائل التي تشغل الرأي العام، أي أن الإعلام في هذا التعريف يقوم على مخاطبة العقل لا الغريزة أو العاطفة ودور الإعلام هنا يكمن في نقل صورة الشيء لا

إنشاء هذه الصورة وبالتالي فإن الإعلام الناجح لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة والإعلام لا يرسم سياسة الدول بل هو يعبر عنها فقط. لكن الواقع الذي نعيشه أن الإعلام أصبح جزء من كيان الدولة ووظيفته الرئيسية نقل بعض الأخبار والحقائق وإغفال الرأي الآخر، أو عن طريق أسلوب عرض بعض الأخبار والصور والحوادث والمعلومات في الصفحة الأولى ويعنواوين ملفته للانتباه وبألوان براقة وإهمال أخبار لها نفس الأهمية العامة عن طريق تزيف الحقائق والوقائع والإحصائيات^(١).

أما مصطلح الاتصال فهو كلمة يونانية الأصل مشتقة في لفظها الإنجليزي Communication، وأصلها اللاتيني Communica أو Common ومعناه مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة أخرى أي أننا نحاول أن نشترك سوياً في معلومات أو أفكار أو مواقف واحدة.

إن الاتصال هو أن نجعل كل من المرسل والمستقبل يشتركان معاً في رسالة واحدة.

من جهة أخرى، أجمع الباحثون الإعلاميون على أن الإعلام المعاصر في العالم العربي يواجه مشكلتين اثنتين هما:

أولاً: حيادية الإعلام.

ثانياً: موضوعيته ومنها تفرعت مشكلتين عويصتين للإعلام العربي هما:

١- غياب الاستقلالية قياساً بما هو سياسي ورسمي.

٢- ضعف الاستقلالية قياساً على الجهات الممولة.

فحيادية الإعلام تكون مستحيلة أخذاً في الاعتبار خصائص المنطقة العربية، فثمة ضغوط سياسية ومالية وأيديولوجية وحزبية متعددة وأحياناً مجهولة المصدر وتجعل الإعلامي في وضع صعب وهو الذي يسعى إلى ضمان المصداقية والوصول إلى الحقيقة حتى وإن كانت الحقيقة نسبية في ذاتها^(٢).

بالإضافة إلى ذلك البعد الذاتي الذي يخون الإعلامي فلا يقدر على السيطرة حتى وإن كان ذلك لا ينقص من موضوعية المقدمين في كل من قتاتي الجزيرة والعربية لأن البعض لا يخفى عليه عند تغطية اغتيال الرئيس الحريري رئيس وزراء لبنان الأسبق الانحياز لبعض الأطراف دون غيرها، وقد يكون هذا أمراً بشرياً طبيعياً في حين كانت تغطية "العربية" لوفاء الملك فهد مطولة واستثنائية مما يدل على قوة الروابط العاطفية والسياسية، فكانت بذلك دليلاً على وجود تداخل ضمني أو صريح بين الإعلامي والسياسي، لكن الحقيقة والأمانة العلمية أن قناة الجزيرة كانت الأحرص على تحقيق التمثيلية الفكرية والسياسية والالتزام بالموضوعية عند التعامل مع الملفات الساخنة والحاسمة في الوحدة الوطنية وكتابة الدستور الولائي واحترافات السنة عليه ومعضلة الإرهاب في المنطقة.

إشكالية الإعلام العربي:

إن إشكالية الإعلام تأخذ مساراً آخر إذ أن التطورات التقنية الواسعة التي دخلت على آليات النشاط الإعلامي العربي وبشكل خاص انطلاق الفضائيات العربية لم يجد صداه على مستوى طبيعة الأداء الإعلامي تجاه القضايا الحيوية والمصيرية التي تهم الأمة العربية ومنها قضية الحرية والعدالة والتنمية وتحرير الأرض الإنسان العربي من مثلث الجهل والفقر والامية.

وما زال الإعلام العربي متقوقعاً على ذاته أكثر من نصف قرن ومسيطرأ عليه بالرغم من وجود الآن نمطين أو نموذجين من نماذج الإعلام الرسمي والأهلي وتكمن الإشكالية الثانية هنا من خلال الخلط المربع ما بين الحيادية الإعلامية في الخطاب الإعلامي وبين الثوابت الوطنية للأمة، والتي تشكل أصلاً تقرباً للإعلام العربي الذي يفقد مصداقيته لدى الشارع العربي أو الرأي العام العربي في ظل خطاب إعلامي معادي، "الإعلام الأمريكي والصهيوني" الذي يصل ويجول ويجتاح المنطقة، ويعبر عن نفسه بكل وضوح في ادعائه عن الموضوعية.

إن الخطاب الإعلامي العربي يتجه نحو تقزيم نفسه وكسب ود الآخرين في الدوائر الغربية تتدخل في صياغة مفاهيمه وتديره بالشكل الذي تراه مناسباً ومتلائماً مع مياستها في المنطقة، ولقد شبه جون رالي أبرز الأكاديميين الأمريكيين ذلك قائلاً: بأن الإعلام العربي وخطابه يشبه الرجل الميت الذي يمكن أن تديره كما تشاء أي أنه خطاب فارغ جسد بلا روح.

قد يكون هذا الكلام فيه افتراء من منطلق التعميم فالعالم العربي حقق نقلات نوعية في الإعلام الفضائي وخاصة قناة الجزيرة التي شكلت إعلاماً مستقبلياً ومنثوراً تمكنت خلال فترة وجيزة إن تحقق نجاحات هائلة حيث تصدرت أخبارها وبرامجها مناشئة شديدة مع الإعلام الأمريكي والأهم من ذلك أن الرئيس الفرنسي طالب بفضائية تعبر عن أهداف السياسة الفرنسية وقال بالحرف الواحد إن الجزيرة و CNN تحتكران الأخبار العالمية.

اللغة الإعلامية المعاصرة في الخطاب:

إن التسارع الذي نشهده في المواقف السياسية والخطط الاستراتيجية السياسية والعسكرية والاقتصادية يستوجب إدراكاً مواكباً في حقل الإعلام، ذلك أن واحدة من أهم العضلات التي ما فتئت تفعل فعلها في هذا الإطار هي معضلة القراءة السياسية للإعلام أو القراءة الإعلامية للسياسة في المقابل، وتلك نقطة تحول مركزية في المشهد الإعلامي تلقى ثقلها كبيراً على الإعلام العربي بالدرجة الأولى، وتستوجب استقراءً موضوعياً للواقع الراهن والأفق المستقبلي.

والمسأل الذي يطرح نفسه كيف يمكننا رسم الخريطة الإعلامية العربية اليوم وقيل الإجابة عليه لا بد من التأكيد على أن إشكالية الإعلام العربي طويلة ومعقدة.

إن هذه الإشكالية طرحت في مؤائد مستديرة وندوات كثيرة تطالب ببلورة إطار العمل الأرضية المنطقية والموضوعية التي يمكن الانطلاق والتي من دونها تغدو

كل الإجراءات والتصورات مجرد أمنيات وديباجات وخطط على الورق أكثر من كونها تدبراً موضوعياً لما يجري، ولهذا فإنه من خلال القراءة الأولية للمشهد الإعلامي العربي الذي نقرأه بالقراءات الاستراتيجية للإعلام التي يطرحها منظرون كبار في هذا الميدان من أمثال وليمشرايم، ومكبرايد، ووايت ولف، فان ديك، وفيرلوكس. ذلك أن هؤلاء يعتمدون منظومة متوازنة في الاستراتيجيات الإعلامية ما بين السياسي والإعلامي وهي منظومة قائمة على إيجاد شكل للأداء الإعلامي تحفظ له استقلاليته وتحدد من انتبعية المطلقة للإعلام الحر في الخطاب السياسي لكن المهم إلى أي حد يمكن أن يرتقي هذا الأداء الإعلامي الحر في مفهوم تلك الاستقلالية الافتراضية بالطبع فإن الحالة تتميز بطابع نسبي يقترب بكل تجربة إعلامية وليس أشد حرجاً للإعلام العربي من اتخاذ القرار في شكل التغطيات الإعلامية وأسلوبها، فهذا الإعلام الذي ما زال يتشرب من خلاصات المؤسسات الإعلامية الكبرى ممثلة بوكالات الأنباء العالمية، ما زال بصفة عامة متفاداً إلى تغطياتها واجداً نفسه في مآزق مرحلة اتخاذ القرار بما في ذلك إشكالية المصطلح الإعلامي.

فعلى سبيل المثال ما زالت الإشكالية حول وصف المقاومة في الأراضي الفلسطينية والعراق يمثل عينة من التذبذب في اتخاذ القرار لكن ما هو أبعد من ذلك، وأشد تأثيراً هو قراءة الموقف السياسي الراهن فسياسة العولة التي طرقت الأبواب الداخلية للإعلام العربي والبيت العربي والأمرة العربية تستوجب رؤية إعلامية موازية، ذلك أن رياح السياسات الدولية التي تهز روح السياسات العربية وتعاطيها التقليدي وتضرب اليوم الإعلام العربي غير المهيا للتصكيك مع الاستراتيجيات الجديدة وتهز الأركان الثقة فيه بينما في المقابل تشهد إدراكاً واعياً في مؤسسات إعلامية بعينها وهي تسعى إلى توفير قدر من المرونة في استقراء صورة الغد والانفتاح على ما هو آتٍ وسط ذلك ضغط شعبي على الإعلام يجد نفسه تحت تأثير ثلاث قوى وهي:

٢- قوى العيادات المحلية.

٣- الإعلام الدولي والذي تحركه الدوائر السياسية والعسكرية والاقتصادية^(١٢).

كيف الخروج من هذا المأزق:

هناك وصفات جاهزة غير قائمة على قراءة الواقع المعاش من خلال الدراسات الميدانية واستطلاعات الرأي هي العضلات التي تواجه المخططين الإعلاميين وهم في استقراهم في دائرة الوصفات الجاهزة ودائرة الممكن والمتاح، نقلوا المسؤولية من أبعاد الاستراتيجية إلى واقع التعاطي المؤسسي والأداء المتكرر والتقليدي، وهي مؤشرات لا يمكن أن تخدم الإعلام العربي ولا تساعد على الخروج بخلاصات ذات جدوى في رسم المستقبل للإعلام، ومن هنا لا بد من الإشارة إلى ظاهرة التراشق الإعلامي التي تجري على ساحة الفضائيات العربية وحول محاور عدة أهمها الانحياز والموضوعية، فكل فضائية تعتقد أنها تلتزم بمعايير المهنية الإعلامية وكلها تقع في دائرة الشد والجذب والتي تقدم إعلاماً يواجه طفرات حقيقية في ظل المتغيرات الدولية والإقليمية وتقرر معه تلك الانتقادات تحصيل حاصل لسبب أساسي هو نزعة الإعلام العربي للتكيف مع الوقائع الجديدة والعوامل المستجدة والذي لا يملك خياراً سوى التسليم بها والتعاطي معها في ظل غيبوبة استقلال الرؤى، وفي مسألة تقييد عن الأذهان، ومن هنا ومن خلال إلقاء نظرة على المشهد الإعلامي العربي، ومن خلال تحسس الخارطة الإعلامية لاحظنا أن الإعلام العربي يعاني من جملة من الإشكالات وأهمها^(١٣):

أولاً: أنه إعلام مطوق بالمتغيرات والعواصف السياسية.

ثانياً: عدم الاستقرار السياسي في المنطقة.

ثالثاً: الانقسام والتناحر ما بين قوى السلام وقوى الممانعة.

رابعاً: تناحر قوى الاستبداد وقوى الشد العكسي مع قوى الديمقراطية ومؤسسات المجتمع المدني.

كل هذه التحولات طرأت على الإعلام العربي والتي تستوجب خطاباً واعياً وعفلاًنياً وتتطلب استعداداً موضوعياً لرسم استراتيجيات إعلامية عربية تعرض وجودها وهبتها وتحتل مكاناً مناسباً وسط العواصف ووسط الاستراتيجيات الدولية والإقليمية.

أبرز الانتقادات التي توجه للإعلام العربي:

لاحظنا أن الإعلام العربي يحتاج إلى نظام إعلامي عربي جديد تبلورت ملامحه خلال الحروب الأخيرة وبالرغم من مؤشرات التنازل أصبحت مقبولة وخاصة بعد بروز ظاهرة الفضائيات العربية المتميزة والانتشار المذهل للمواقع الإلكترونية والصحافة الإلكترونية وبعض الصحف العربي التي انطلقت من بعض العواصف الغربية كالقدس العربي والحياة، ومع ذلك ران على جسد الإعلام مجموعة من التساؤلات والتحفظات والغموض التي لفت هذا الإعلام وأدخلته في دائرة الضبابية والغموض وأهمها:

أولاً: التشبث بدائرة المؤامرة.

ثانياً: تضليل الرأي العام.

ثالثاً: تضخيم الانتصارات الصغيرة.

رابعاً: خلط الخبر بالرأي.

خامساً: الخوض في تفاصيل الحرب دون تقديم فهم عميق وشامل لما يحدث.

سادساً: الرككون إلى ثقافة التمني فضلاً عن السعي إلى إرضاء المشاهد العربي بالعزف على ما يرغب في سماعه ورؤيته.

سابعاً: إخضاع الرسالة الإعلامية لمقلية الاستراتيجيين وخاصة التحليلات غير الواقعية والتي لا تبنى على أرضية الواقع.

ثامناً: تهميش أصحاب الرأي.

تاسعاً: المنافسة التي تجري بين الفضائيات للحصول على المعلومة حيث طالب بعض النقاد يجب أن يعاد النظر فيها خاصة إذا جنحت عن طريق الصدقية والصحة في نقل الأخبار والأحداث، ومثال على ذلك التغطية الدائرة في العراق، حيث امتازت بعض الفضائيات بغير الواقعية وغير المنصفة والانتقائية في اختيار الأخبار. ومن هنا يطرح السؤال التالي: هل تخطى الخطاب الإعلامي العربي الداخل إلى الخارج؟

إن العالم العربي الآن بأمر الحاجة إلى أن يصل صوته إلى صناع القرار في العالم، وليس إلى التباكي داخل الحدود العربية، وإن الوصول إلى صناع القرار ورجل الشارع معاً لا يمكن أن يتحقق في ظل الرغبة الجامحة نحو التفاضل الداخلي فقط، ومحاولات الابتزاز، كنت أتمنى لو أن هذا الكم من القنوات الفضائية والإذاعية ذات الإمكانيات والتقنيات العالية، والطاقت المتميز خرجت لتخاطب الغرب أكثر مما تخاطب الداخل العربي.

العرب كشعوب مشتغولون بشريعة قضايهم الجوهرية والعرب عموماً أقل فاعلية في صناعة القرارات الدولية حتى تلك المتعلقة بمصيرهم وقضايهم، فلماذا لا نزال نصر على الخطاب الداخلي في وقت كان ينبغي فيه التوجه للخارج أيضاً، وعلى سبيل المثال، فالولايات المتحدة ترصد ١٢٥ مليون دولار لتقديم خدمات إعلامية لاسان عربي ويفكر غربي أمريكي إلى الدول العربية التي تمثل سياساتها، وعلى سبيل المثال، قناة "الحرّة"، بينما لا يزال الإعلام العربي يعيش في غمرة الانفعالات العاطفية وتعبيد الأخطاء البينية والنفاق الأخوي، ومع ذلك لا يمكن أن نتناسى البرامج التي بثتها بعض الفضائيات العربية "كالجزيرة" والعربية والتي كشفت حجم الفظائع الأمريكية في العراق كالبرامج الإخبارية التي تعالج خفايا حرب الخليج الثالثة، كان من المفترض أن يشاهدها الجمهور الغربي وليس الجمهور العربي حتى يستوعب الغرب حجم الفضائح التي ثرّكت بحققنا في العراق وفلسطين وأفغانستان وكان ينبغي على القنوات العربية والفضائية أن تركز وتكرر نقل

وتوضيح الجرائم التي يرتكبها الأمريكيون والصهاينة في كل من فلسطين والعراق وأفغانستان.

من جهة أخرى فإن القراءة الأولية للخطاب الإعلامي العربي من حيث الكم نجد ما يلي:

أولاً: سكان العالم العربي أصبح الآن ٣٠٠ مليون نسمة، وهو نفس عدد سكان الولايات المتحدة الأمريكية.

ثانياً: هناك أكثر من مائة قناة فضائية عربية، هذا يعني أن كل فضائية أو قناة تستهدف ٢.٨ مليون نسمة.

ثالثاً: هذه المعادلة تصبح غير متكافئة إذا علمنا أن عدد الذين يشاهدون التلفزيون لا يصل إلى سقف ١٤٠ مليون نسمة، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن عدد الذين يلتقطون أو يستقبلون أو يمتلكون الصحن اللاقطة لا يتجاوز ٥٢٪، معنى هذا أن أكثر من نصف سكان الوطن العربي لا يملكون صحن لاقطة.

رابعاً: وهذا يعني أن حجم الجمهور الذي تستهدفه كل قناة أقل بكثير عن المعادلة السابقة ليصل إلى ١.٤ مليون نسمة، وإذا وضعنا في الاعتبار أن معظم هذه القنوات عامة وتوجه إلى كبار السن من الجمهور الذي تخدمه كل قناة سيقل أكثر، ذلك لأن الأطفال دون سن الخامسة عشرة يمثلون ٢٨٪ أي أن ١٠٦ من إجمالي السكان في الوطن العربي، وعلى هذا الأساس فقد يصل حجم الجمهور الذي تستهدفه أي قناة لا يمكن أن يوزع بالتساوي ويعتمد في المقام الأول على تفضيل الجمهور ورغباته، فإن هناك قنوات فضائية عربية لا يشاهدها إلا النذر القليل من الجمهور العربي.

خامساً: ولو اتينا نظرة ودراسة تفسيرية وتحليلية لوجدنا أن الفضائيات الفاعلة والتي تتعامل مع نبض الشارع لا يتجاوز عددها خمسة فضائيات وباقي الفضائيات هي للترفيه والنسبة والترويج التجاري والدعائي.

سادساً: ولو ألقينا نظرة متفحصة على وسائل الإعلام العربية وركزنا على الجوانب التالية:

- ١- المضمون الإعلامي
- ٢- اللغة المستخدمة في نقل المضمون.
- ٣- الجمهور.
- ٤- الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

نجد أن هذه الوسائل سلطت الضوء على مخاطبة الداخل على حساب الخارج حيث إن المضامين الإعلامية قدمت للمشاهد وللجمهور العربي بحكم اللغة المستخدمة، وليس إلى المشاهد العالمي ويُستثنى من ذلك الأخبار المصورة التي تستطيع أن تقنع الجمهور الخارجي بجزء بسيط من الحدث، بعبارة أخرى يستطيع الجمهور الخارجي أن يستوعب جزء من الرسالة، بالطبع فإن من يقول أن الدوائر السياسية والاستخباراتية في بلدان العالم المتقدم تقوم بتحليل ما تقدمه الوسائل الإعلامية لجمهورها بلغاتها المختلفة وهذا ما يفسر استياء كل من الحكومتين البريطانية والأمريكية على المعالجة الإخبارية لكل من قناتي الجزيرة والعربية، وخاصة تغطية أحداث الحرب في العراق.

هذا وقد تقدمت قناة الجزيرة خطوة متميزة إلى الأمام، إضافة إلى خطواتها السابقة من خلال مخاطبة العقل الغربي وذلك عندما استحدثت قناة خاصة متخصصة باللغة الإنجليزية. إن الإعلام العربي بحاجة إلى توظيف جزء من إمكانياته المادية والبشرية لمخاطبة الخارج والعمل على إقناعه بدلاً من أن يحاول جلب الخارج إلى الداخل.

هوامش الباب الثالث

هوامش الفصل الأول:

- ١- استراتيجيات الخطاب، مرجع سابق، ظافر الشهري، ص ٤٠.
- ٢- مرجع سابق ص ٤١.
- ٣- مرجع سابق ص ٤٢ - ٤٤.
- ٤- مرجع سابق ص ٤٥ - ٥٢.
- ٥- مرجع سابق ص ١٨١.
- ٦- التحليل البيوطهقي للنص الشعري، ترجمة عبد الرحمن علي، جيزار دولو دال، ص ٢٥.
- ٧- اعلام الموقعين لأيتم الجوزية، ص ١١١.
- ٨- الموافقات للشاطبي في أصول الفقه، ص ٣٩٦.
- ٩- تأصيل الخطاب في الثقافة العربية، مجلة الفكر العربي عدد ١٠٠، ١٠١، ص ٣١، المختار الفجاري.
- ١٠- المعرفة والسلطة مدخل لقراءة ميشيل فوكو، ترجمة سالم يفوت، ص ٧٧.
- ١١- السلطة وإعادة الخطاب، ديورة تاتين ص ٥.
- ١٢- فلسفة اللغة، سامي أدهم، ص ١٥٣.
- ١٣- مفهوم الخطاب الإعلامي، د. حميدة سميح، ص ١٠٧.
- ١٤- الفن ومذاهبه، شوقي ضيف، ص ٧٤.
- ١٥- حصار الزمن، مرجع سابق.
- ١٦- مفهوم الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص ١١٢.
- ١٧- الخطاب الروائي، ميخائيل ياخينين، ترجمة محمد برادة، ص ١٠٢.
- ١٨- جينولوجيا المعرفة، ميشيل فوكو، ترجمة أحمد السلطاني وعبد السلام بن عبد العال، ص ٦.
- ١٩- مرجع سابق الخطاب الروائي، ص ١٠٢.
- ٢٠- حضريات المعرفة، مرجع سابق، ص ١٣.

٢١- مرجع سابق، ص ١٢.

٢٢- معجم المصطلحات الأدبية، سعيد علوش، ص ٢١.

هوامش الفصل الثاني:

١- مرجع سابق، جيتولوجيا المعرفة، ص ٢١.

٢- مرجع سابق الخطاب الروائي، ص ١١٦.

٣- فلسفة الدعاية الاسرائيلية، د. حامد ربيع، ص ١٩٥.

٤- مفهوم الخطاب الإعلامي، ص ١١٧.

٥- اللغة والسلطة، نورمان فيركلاو، ص ٤٦.

٦- الرمز والسلطة، بيير بوديوا ترجمة عبد السلام العالي، ص ٦٥ - ٦٦.

٧- نظرية الأفعال الكلامية، أوستين، ص ١٧٤، سيرال، ص ٢٢٠.

٨- انظر استراتيجيات الخطاب، مرجع سابق ص ٢٤٢ - ٢٤٤. وكذلك ٢٤٤ - ٢٥٣.

٩- موسوعة اللغويات العالمية، وليم برايت، ص ٢٣.

١٠- مرجع سابق.

هوامش الفصل الثالث:

١- جمع الجواهر في الملح والنوادر، ابو اسحاق الحصري القيرواني، ص ١٢٥ -

١٢٨ ولزيد من الاطلاع انظر استراتيجيات الخطاب، مرجع سابق، ص

٢٥٩ - ٣٢١.

٢- مرجع سابق استراتيجيات الخطاب، ص ٣٢٢ - ٣٦٦.

٣- مرجع سابق، ٣٦٧ - ٤٤٢.

٤- البلاغة الأسلوبية، هنري بليث، ص ٦٤.

٥- مفهوم الحجاج عند بيرلمان، تطور البلاغة المعاصرة، محمد سالم، ولد

محمد الأمين، مجلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرين، مارس ٢٠٠٠،

ص ٦٧.

الباب الرابع: المذاهب الإعلامية والخطابية

الفصل الأول

مفهوم المذاهب بشكل عام

إن اختيار هذا الملف وهذا المحور هو عنصر رئيسي لكي يتمكن القارئ أولاً والباحث ثانياً من التعرف على أبرز المذاهب الإعلامية حتى يتمكن من إطلاعه على إبداعات مذاهب الخطاب الإعلامي، وقبل ذلك يجب إعطاء جرعة مدعمة قبل أن ندخل في دراسة مذاهب الخطاب الإعلامي لكي يستوعب العلاقة ما بين الإعلام كعلم والخطاب كمنهج، وقبل أن ندخل في صميم المذاهب الإعلامية والخطابية معاً لا بد وأن نقف على تعريف ماذا يعني المذهب وجمعه المذاهب؟

لسان العرب عرف المذهب بأنه المصدر، فقد جاء على النحو التالي: المذهب هو المعتقد الذي يذهب إليه، ومذهب فلان مذهبه أي لمذهبه الذي يذهب فيه، وحكى اللحياني عن الكسائي: ما يدري له أين مذهب ولا يدري له ما ذهب أي لا يدري أين أصله ويقال ذهب فلان مذهباً حسناً وقولهم: مذهب يضعون الوسوسة في الماء وكثرة استعماله في الوضوء. قال الأزهري: وأهل بغداد يقولون للموسوس من الناس: به المذاهب وعوامهم يقولون: بهذا المذهب بفتح الهاء والصواب المذهب^(١).

ويقول معجم المتجد كذلك أن المذهب يعني المعتقد، أو الطريقة الأصلية "ذهب: ذهاباً وذهوباً، ومذهباً في المسئلة إلى كذا رأى فيها ذلك الرأي، تمذهب باللمذهب: اتبعه وجمع مذهب مذاهب"^(٢).

المذاهب الإعلامية:

يختلف واقع الصحافة والإعلام من بلد إلى آخر وهذا التباين مرده اختلاف نظام الحكم السياسي والذي بدوره سيؤثر على واقع الإعلام، وبالتالي فلسفته أو نظريته أي أن الإعلام يتبع المذهب السياسي الذي تتبعه الدولة؛ فالنظام السياسي التصريسي سيولد إعلاماً تحريراً وكذلك النظام السلطوي سيولد إعلاماً يطبق المذهبية السلطوية هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإن هذه المذاهب مرتبطة بنظام الحكم في كل أمة وكل دولة على اختلافها وذلك أن الإعلام أو الاتصال مسؤول أن يعكس هذا النظام بصورة أو بأخرى، وهذه المذاهب والنظريات تولد هي الأخرى قسماً هاماً من أقسام هذا العلم الذي قمنا بدراسته، وقد يسأل سائل كل نظام سلطوي قطعاً سيولد إعلام سلطوي، بالطبع هناك استثناءات لكن هذه الاستثناءات هي جزء من حالة التلميع التي يلجأ إليها النظام السياسي لأن الإعلام المتحرر لن يطبع نفسه مع نظام سياسي تسلطي، وإلا فالمواجهة ستكون حاسمة.

المذاهب التي بُني عليها الإعلام:

من خلال إلقاء نظرة سريعة على أبرز الاختلافات ما بين المذاهب الإعلامية من دولة إلى أخرى والتي تنحصر في النقاط التالية:

أولاً: اختلاف أنظمة الحكم السياسية.

ثانياً: اختلاف نظم المجتمع.

ثالثاً: اختلاف الثقافات أو المشاعر أو العواطف من مجتمع لآخر.

ذلك أن الإعلام لا يمكن أن يعكس كل هذه الجوانب سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية في وقت واحد، ومن هنا فقد أجمع الباحثون الإعلاميون على أن الفلسفات التي نجم عنها الاختلاف في مذاهب الإعلام تنحصر في المحاور التالية:

١- المذهب الخاص بطبيعة الإنسان: أي طبيعة الإنسان من حيث كونه إيمان مفطور على المدنية وحب الاتصال والحريص على الوقوف على أخبار الآخرين.

٢- المذهب الخاص بطبيعة المجتمع وطبيعة الدولة، وهذا المذهب هو الذي يهيمن على طبيعة الدولة والمجتمع معاً وعلى هذا الأساس من هذه الطبيعة يكون المذهب الإعلامي الذي يختاره مجتمع في زمن معين.

٣- المذهب الخاص بعلاقة الإنسان بالمجتمع الذي يعيش فيه من جانب والدولة التي يخضع لها من جانب آخر.

٤- المذهب الخاص بطبيعة المعرفة ذاتها، ما دمنّا قد اتفقنا على أن الإعلام والمصحافة إنما يعكسان الجانب الثقلي من جوانب المجتمع، كما يعكسان الجانب السياسي أيضاً^(١).

لقد بدأت المذاهب وتعددت بتعدد الشعوب المتحضرة أو الشعوب التي قطعت شوطاً فكرياً كبيراً وواسعاً، فهناك المذهب الأمريكي الذي يعبر عنه "دافيد هوابت" وهناك المذهب الإنجليزي الذي يعبر عنه "بلانت" وهناك المذهب الفرنسي الذي يمثلته "ليوتيه" وهناك المذهب الإيطالي الذي يعبر عنه "فوتلو" وهناك المذهب الإسباني والبولندي اللذان عبر عنهما أكثر من واحد من العلماء وهناك المذهب الألماني، والذي يمتاز بأنه له في الواقع أكثر من مذهب وعلى سبيل المثال لا الحصر مذهب "أتوجروت" ومذهب ميونخ في الإعلام والتي لها عدة أساتذة، وهناك المذهب الشيوعي للإعلام.

ومن جهة أخرى، فإن القيم الوطنية التي تقتنفها كل دولة لها علاقة وثيقة بمحتوى وسائل الإعلام والقول إن هذه القيم الوطنية واحدة في كل دولة معناه إلغاء النظم السياسية أو المذاهب السياسية في العالم. إن النظم والمذاهب السياسية هي التي تعزز القيم والمعايير التي تخضع لها وسائل الإعلام وهي التي تضع الضوابط وأساليب الرقابة وأنواعها، والتي تخضع لها وسائل الإعلام، وهي التي تقرر من الذي يملك هذه الوسائل، ومن له حق استخدامها^(٢).

لذلك واجهتنا صعوبة في دراسة كل مذهب من المذاهب السابقة من حيث نشأته ورواده ومع ذلك فإننا لن نستطيع أن نضع الدول المتقاربة والمتشابهة في النظام السياسي والتي على ضوءها نضع لها مذهباً إعلامياً موحداً، ومن هنا فإن دراسة تاريخ ونشأة المذاهب الفكرية عبر التاريخ الإنساني انحصرت بين أربع مذاهبات إعلامية وعلى النحو التالي:

أولاً: المذهبية السلطانية أو مذهب السلطة.

ثانياً: المذهبية التحررية أو مذهب الحرية.

ثالثاً: المذهبية الشيوعية أو المذهب الشيوعي.

رابعاً: المذهبية الاجتماعية أو مذهب المسؤولية الاجتماعية.

ومن الجدير بالذكر أنه منذ أن نشأ الإنسان على ظهر هذا الكوكب ولغاية الآن لا يوجد إلا مذهبان اثنان: هما المذهبية السلطانية أو المذهبية التحررية ومع ذلك ولد من رحم هذين المذهبين الشيوعية والتي انبثقت من مذهبية السلطة ومذهبية المسؤولية الاجتماعية من رحم المذهبية التحررية. ومن هنا سنقوم بدراسة هذه المذاهب للاطلاع عليها من حيث نشأتها وفلسفتها وأهدافها لتكون طريقاً ونبراساً للمذهب الإعلامي الذي يطبق في الدولة.

المذهب السلطاني أو مذهب السلطة:

منذ الأزل أقسمت أنظمة الحكم السياسية في العصور القديمة بتطبيق نظرية الحق الإلهي والذي كان يعترف بالسيطرة المطلقة على قوى الطبيعة هو الذي يهب الضوء للشمس، وهو الذي ينزل المطر من السماء وهو الذي ينبت الزرع في الأرض وهو إله وابن إله، ومن سلسلة الآلهة، وعلى سبيل المثال، على مذهب الحق الإلهي، فهناك الفرعونية في مصر والذي كان يقول "أنا ربكم الأعلى" وكذلك الحال مع ملوك آشور وبابل وسومر وملوك فارس.

إن هذا النوع من أنظمة الحكم في العالم القديم والذي نَظَرَ إلى الملوك والحكام على أنهم آله وأبناء آله لم يكن من المعقول أن لا يعرف الناس إلا هذا النمط من أشكال الحكم وهذا النمط يمكننا تسميته بالنظام الاستبدادي المطلق.

ماذا يعني هذا النظام أو النمط بالنسبة للشعب؟

إن الشعب الذي كان يخضع لهذا النمط من الحكم الاستبدادي المطلق هم عبيد وأقنان، والحاكم كان يعتبر نفسه صاحب الحق الأول في نوع الحقائق والمعلومات التي تصل إلى أذهان الشعب المذعن لحكمه ولسلطانه منذ أن بدأ الإنسان وجوده على هذا الكوكب لغاية اكتشاف الطباعة وبرز الأفكار التويرية في أوروبا واكتشاف الطباعة المتحركة على يد جوتنبرغ، لكن بعض الباحثين الإعلاميين استثنى من تلك العصور قبل الميلاد عصر الجمهوريات اليونانية المعروفة في التاريخ وهو العصر الذي امتاز وبشّر ودعا إلى الديمقراطية والحرية فقد ازدهر فن الخطابة والمسرح والفن التشكيلي وعلم الفلسفة وعلم السياسة، ونسبثني كذلك في العصور الوسطى تجربة الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين، والذين تمكنوا من وضع تجربة الحكم الشوري الذي قام على أساس البيعة والانتخاب فقط وما تلاه كان نظاماً تسلطياً وراثياً وشمولياً وجبرياً وقهرياً سواءً الحُكْم الأموي، أو العباسي، أو الفاطمي، أو المملوكي، أو العثماني..

من جهة أخرى فإذا تجاوزنا وقرّنا إلى العصور التي تلت العصور القديمة لوجدنا أنفسنا أمام أصناف ومذاهب شتى من السلطة سواءً في الشرق أو الغرب ومن حقنا ونحن أبناء القرن الحادي والعشرين أن نتمتع بأجواء من الحرية والديمقراطية نعمة كبيرة.

والشورى نعمة كبيرة لكن التسلم والعبودية هي نعمة ويجب أن نسعى جميعاً للتخلص منها وإلا أصبحنا عبيد لا أكثر ولا أقل.

مما لا شك فيه أن القائمين أو القائلين بمذهبية السلطة المطلقة للحكم أو للحاكم ينظرون إلى الإعلام على أنه أمر من الأمور التي يجب أن تبقى من الأسرار

العامة للدولة وأن اتباع هذا المذهب يرون أن الفرد بلا حكومة وبلا مجتمع لا حول له ولا قوة، أي أن الفرد بلا حكومة وبلا مجتمع يبدو في صورة بدائية متخلفة. والسؤال المطروح هل المقصود بأن الفرد بلا حكومة وبلا مجتمع من حيث الشكل أم المضمون، من حيث الشكل الآن يوجد حكومات ويوجد مجتمع، لكن لا يوجد حكومة تمثل الإنسان ولا مجتمع ينتمي للإنسان وخاصة في الدول السلطوية التي تنتهك حريات الإنسان وعلى رأسها الحريات الصحافية "منتجع غوانتمو".

القيود التي فرضت على قطاع الإعلام من المذهبية السلطوية:

لقد فرضت الحكومات التي حكمت البشرية خلال القرون التي سبقت اكتشاف المطبعة وبرزت الحركات التنويرية التي شملت معظم دول أوروبا وأمريكا تطبيق المذهبية السلطوية على وسائل الإعلام المستخدمة في ذلك الوقت، فقد عرفت المجتمعات الإسلامية من وسائل الإعلام المستخدمة في تلك الفترة كالشعر والخطابة والكتاب والمناظرة والندوة خاصة مع بروز تيار المعتزلة الذي اعتمد على مبدأ المناظرة باللسان، في حين كان الحوار ما بين الخصوم في آخر عهد الخلفاء الراشدين وبداية العصرين الأموي والعباسي بالسيف، حيث لم يتم وضع قيود على الإعلام، وإنما كانت لغة الحوار هي الدم والسيف فلم يكن الخطاب الإعلامي دور إلا في دعم الموقف العسكري الذي كان يحتكم إلى لغة السيف، أما في أوروبا فقد كانت النظرية السلطوية دور في تقييد حرية الإعلام والصحافة كما قلنا سابقاً أي قبل الثورة الفرنسية ومع اكتشاف المطبعة.

ما هي أبرز القيود التي وضعت على وسائل الإعلام؟

يمكن إجمال القيود التالية والتي شكلت طوقاً على عنق الإعلام والصحافة.

أولاً- قيود ترخيص وسائل الإعلام:

أبسط القيود التي وضعت على الإعلام، فقد استخدم هذا السلاح للسيطرة عليه من خلال منح تراخيص للأشخاص الذين يعملون لخدمة النظام السياسي وتمنع

التراخيص عن آخرين، كما فعلت أسرة ثيودر في القرن السادس عشر الميلادي وبتترك لآخرين احتكار المصحف أو أي وسيلة إعلام أخرى.

ثانياً- قيد الرقابة:

ظهر هذا القيد بعد أن وجدت السلطات الحاكمة أن التراخيص لا تكفي، ولذا لجأت إلى وضع قيود رقابية على الصحف حيث تبين للحكومات آنذاك أن الطابعين والناشرين كانوا يناهضون السلطات الحاكمة وخاصة السياسة العليا للدولة وأنهم لم يكونوا على ثقافة عالية حتى يفهموا مقاصد وأهداف الأنظمة الحاكمة وخاصة في السياسة العامة للدولة، ولذلك فقد أخضعت الحكومات التي طبقت المذهبية السلطوية إلى إخضاع الطابعين والناشرين في المجال السياسي والديني للرقابة الحكومية من خلال تعيين ممثلين للحكومة للإشراف الدقيق على ما يُنشر في الصحف، ولم يكن هذا الأمر صعباً في القرن السادس عشر بسبب قلة أعداد المطابع آنذاك ولكن في القرن السابع عشر ازداد عدد المطابع وأصبحت هذه الطريقة تشكل عبئاً على الحكومات في فرض رقابة صارمة على الصحافة وقطاع الإعلام، وزاد الطين بلة ازدياد عدد الأحزاب السياسية في القرن السابع عشر وممارسة هذه الأحزاب نشاطها السياسي في إنجلترا على أساس من الديمقراطية فأقبل الناس على القراءة، وكان الحزب الذي يستأثر بالصحف والنشرات التي تصل إلى القراء وعلى هذا تحالفت الأحزاب السياسية ضد السلطة من خلال المحاولة بمنع سيطرة حزب واحد على وسائل الإعلام لأن هذا يعني القضاء على بقية الأحزاب، وهذا يشكل خطورة على الديمقراطية وليس لمصلحة بريطانيا آنذاك.

ثالثاً- قيود المحاكمات:

وجدت المذهبية السلطوية أن الوسائل السابقة لم تتمكن وضع حد للسيطرة على قطاع الإعلام والصحافة لذلك لجأت إلى أسلوب المحاكم أي إصدار حكم على الصحف، وهو من أخطر الوسائل التي تعمل على اغتيال الشخصية والمؤسسة

معاً من خلال توجيه تهمة الخيانة العظمى، وهي من أشنع الجرائم التي من السهل إطلاقها على المعارضين للحكم الفردي آنذاك وتأتي هذه الصورة على مرحلتين:

- ١- صورة الانقلاب ضد الدولة.
- ٢- المشاركة أو الانتماء إلى تنظيم سياسي أو عسكري يؤدي إلى قلب نظام الحكم.

حيث اعتبرت جريمة الخيانة العظمى من قبل الحاكم المستبد أو الفردي خاصة بعد أن تم إحاطتها بقيود كبيرة أدت إلى أن أصبحت عقوبة وعديمة القيمة وخاصة في قضايا الرأي، ومن أجل ذلك لم يحكم بها على الطابعين والناشرين في ثلاث قرون السادس والسابع والثامن عشر إلا على نذر قليل.

إن هذه الإجراءات فشلت في وضع قيود على الإعلام ومن الجدير بالذكر أن الحكومات المعاصرة الآن في دول العالم الثالث، ما زالت تستخدم هذه المذهبية لفرض سيطرتها على الإعلام وأجهزته ووسائله وخاصة بند الخيانة العظمى أو التعريض على قلب نظام الحكم وما أسهلها في حكومات العالم الثالث الاستبدادية والقمعية والشمولية والفردية وتحت بند أبسط الأمور فمثلاً كان يتهم إعلامي كبير وسياسي بالاتصال بأعداء الثورة وأعداء الدولة والعمل على قلب نظام الحكم وإثارة الفتن والاضطرابات فيصدر حكم بالسجن أو بالإعدام شنقاً حتى الموت وباسم الشعب والشعب براء!!

رابعاً- قيود الأموال السرية:

إن أبسط الوسائل التي توصلت إليها أنظمة الحكم الفردي بعد أن فشلت كل الوسائل السابقة من خلال شراء الذمم والضمان أو شراء الأقلام والأفكار من أجل الولاء المزيّف للدولة، وقد تمثلت هذه الطريقة من خلال الدعم المالي لأصحاب الصحف بالطريقة السرية، وهذا يعني أن المؤسسة الصحفية وما فيها أصبحت ثدار بمال السلطة وترخيص القيم الصحافية وعلى رأسها الحرية والمصادقية، ثم طورت

أسلوباً آخر بدل شراء الصحف ذاتها بالكامل فتقامت الأصوات المناوئة للسلطة بمباراة أخرى أن هذا الأسلوب الترخيص ما زال موجوداً لدى قطاع كبير من الإعلاميين وخاصة في دول العالم الثالث، فقد تم تجيش الصحفيين والصحافة معاً لتحقيق أهداف ومصالح الحاكم اللص المستبد والفرع التسلسلي والمغتصب لشرعية الإنسان.

خامساً- قيود الضرائب:

أي فرض قيود على كل إنتاج العمل الإعلامي أو الصحفي وخاصة وضع الضرائب الكبيرة على صناعة الورق والحبر لكي تتمكن الحكومة من كسب ولاء أصحاب الصحف ومالكها، وبالمناسبة الآن يوجد وسيلة راقية جداً وتتمكن من الضغط على الصحف في تخفيف حدة النقد للحكومة والسلطة وتتمثل بحبس دخول أو وصول الإعلانات إلى الصحف المعارضة أو المناوئة، فالصحيفة التي تؤيد السياسات العامة للنظام الحاكم تفرق بالإعلانات والتي تعتبر شرايين العمل الصحافي أما الصحف المعارضة فيخفف عنها الإعلانات^(٩) من جهة أخرى يطرح السؤال التالي: ما مصادر الحقيقة في النظام التسلسلي أو المذهبية التسلسلية؟

يجمع المؤرخون وكتاب الحريات العامة والإعلام أن الركائز التي اعتمدها المذهب السلطوي تكمن فيما يلي:

- ١- مذهب الحق الإلهي: وهو المبدأ الذي اعتمد عليه الملوك في الحكم وتوارثه النبلاء واحتفظ هؤلاء القادة بأوضاعهم ومراكزهم في السياسة والحرب.
- ٢- الكنيسة الرومانية والتي تزايد نفوذها في العصور الوسطى واعتبرت الكنيسة مصدر التفويض الإلهي حيث حبست الكنيسة حرية الرأي والتعبير.
- ٣- فلسفة التسلط التي اعتمدت على جملة أفكار فلاسفة اليونان وخاصة أفلاطون حيث يرى أن أي تقسيم للسلطة بالتساوي يؤدي إلى انهيار الدولة وتفككها^(١٠).

المذهبية التحررية:

انطلقت هذه المذهبية مع قصة صراع الإنسان الطويل من أجل الحرية الشخصية والحرية السياسية والتي اعتمدت عليها حرية الكتابة والكلام، ومن غير هذه الحرية فإن ثورة الطباعة التي شكلت أهمية كبيرة في تاريخ الصحافة والإعلام لن يكون لها أي قيمة^(٧).

لقد ولد مذهب الحرية خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر واستمدت قوتها وقوته من الثورات الكبيرة التي شملت ولادة الأفكار السياسية الجديدة والاكتشافات العلمية المذهلة، والأهم من ذلك الحركة الإصلاحية والتثويرية التي سادت أوروبا آنذاك، وخاصة الثورة الفرنسية والثورات التي قامت ضد الأسر الإقطاعية الحاكمة في إنجلترا خاصة آل ستيوارت، وكانت شعار هذه الثورات تتلخص في أن الإنسان سيد نفسه وأنه يمكن عن طريق العلم والفهم أن يحقق أسباب القوة من خلال النشيد الإلهي القائل "لقد وهبناك الوجود ولن نهيك بعده شيئاً" ففاضل لتحيا أو استسلم لتموت أو تعيش كالعبيد^(٨).

انطلقت مبادئ مذهب الحرية من سعادة الفرد أسمى من الحكومة والدولة وأن الأخيرة ليست إلا وسيطاً يمارس الفرد من خلاله كل نشاط يريد ممارسته، فإذا حاولت الحكومة أن تمس مقصلة الحرية فعليها أن تتحمل قطع يدها وأكثر من ذلك إذا شعر الأفراد أن الحكومة تنتهك حرياتهم فعليهم أن يعلنوا الحرب والتمرّد على سياسة الحكومة، ليس من أجل إلغاء هذه الحكومة بل الإتيان بحكومة تعبر عن إرادتها الحرة، من منطلق أن سعادة الفرد ورفاهيته هي الغاية الأولى وهي المقصد الأول والأخير من وجود الشعب أو المجتمع وأن الأخير وجد لخدمة الفرد وليس غير ذلك، ولذلك دعت المذهبية التحررية إلى اتخاذ كل التدابير اللازمة التي تحمي الفرد من الاستبداد سواء أكان اجتماعياً أم سياسياً أم حكومياً.

يمكن إجمال أشهر مفكري هذا المذهب حيث برز كل من جون لوك الذي سميته الأب الروحي لهذه المذهبية وهو أبرز من دعا إلى فصل السلطات

وتأكيد أن الشعب مصدر السلطات وأن الحكومة ليست إلا هيئة من الأوصياء اختارها الشعب وفوض إليها أمره، وأن من حق الشعب دائماً أن يسحب هذه السلطة متى شعر بأن الحكومة لا تعمل لصالحه، وقد لقيت مبادئ لوك تقديراً كبيراً من قبل المثقفين ومنها خرجت الثورتين الفرنسية والأمريكية من عباءة جين لوك، فيما اعتبر جو ملتون من أشد المناوئين لوضع القيود على الصحافة، وخاصة الرقابة عليها وينطلق مذهبه أنه لا يمكن للإنسان أن يصل إلى الحقيقة في مسألة من المسائل حتى يستمع إلى آراء المخالفين في هذه المسألة ذلك أن الحقيقة لا يمكن أن تكتمل إلا إذا واجهت رأياً مخالفاً لها أو أتيحت لها الفرصة لأن تقابل وجهاً آخر يختلف عنها في حوار يتم بصراحة وحرية تامة، لكنه حدد الأشخاص الذين يحق لهم الدخول في هذا السجال الفكري مهم العقلاء والحكماء والفلاسفة وذوي الثقافة العالية والآراء المخلصة شرط أن لا تخضع لرقابة الحكومة.

جون ركسين: فقد دافع عن الناشرين والطابعين في القرن الثامن عشر وهو من الذين عالجوا إشكالية العلاقة ما بين الطباعة والحكومة ومن أقواله للمثورة: "إن كل إنسان يسمى لتقدير الآخرين لا لتضليلهم من حقه أن يشر كل ما يدور بعقله وما يختلج ضميره سواء أكان ذلك في الموضوعات الحكومية أو الموضوعات الخاصة".

جون استيوارت ميل: تناول إشكالية العلاقة ما بين السلطة والحرية وخاصة في بند المنافع والمصالح بينهما وعلى سبيل المثال قوله: إن من حق الفرد التنازع في المجتمع أن يتصرف ويفكر كما يشاء ما دام لا يؤذي الآخرين بتفكيره وتصرفه، وكأنتنا بالمثل القائل تبدأ حريتك عندما تنتهي حرية الآخرين.

ومن زبدة أفكاره أن جميع التصرفات الإنسانية يجب أن تهدف إلى البناء والوصول إلى حياة فضلى وسعاد أكبر، ذلك أن المجتمع الفاضل هو الذي يتمتع فيه أكبر عدد من أفرادها بأعلى ما يمكن من درجات السعادة والرفاهية ولكي يضمن المجتمع مساهمة أفرادها في تحقيق هذا الهدف عليه أن يمنحهم الحق كل الحق في أن يفكروا بأنفسهم ولأنفسهم ويمثلوا ما شاعوا من قرارات في سبيل هذا الهدف.

جيفرسون: انطلقت فلسفته من أنه لا بد من وجود حكومة تكفل الأمن وتمنع الفرص المتكافئة للأفراد في المجتمع وكان يعلم أن الأفراد قد يخطئون في التكبير، ولكن الأغلبية قد تصل أحياناً إلى الحكمة ما دامت تقرأ الصحف وما دامت الصحف هي مصدر المعلومات الرئيسية التي يحصل عليها الفرد في المجتمع. جيفرسون حدد مسؤوليات الصحافة ولكن من حقها أن يوفر لها كل أجواء الحرية من خلال عدم خضوعها لسلطة الحكومة، كما وحد مسؤوليات الحكومة في هذا الإطار العام لحياة الأفراد لكي يصلوا إلى تحقيق أهدافهم، وإما يفهم الخاصة والعامة ويرى جيفرسون أن الحكومة التي لا يتسع صدرها للنقد يجب أن تسقط وتفتح الطريق لحكومة أخرى ذلك أن قوة الحكومة يعتمد على مدى تقبلها للنقد برحابة الصدر.

المحاور الرئيسية والتصورات لمذهبية الحرية:

الحرية:

أولاً: انطلقت مبادئ هذه المذهبية باعتبار أن الإنسان من حقه أن يتعرف على الحقيقة وأن يعمل للسعي إليها ويهتم بها.

ثانياً: إن الوسيلة الوحيدة للوقوف على هذه الحقيقة من خلال عرضها في المناقشات الحرة المفتوحة أي الاستماع إلى الرأي والرأي الآخر.

ثالثاً: وهذا يقودنا إلى توفير الأجواء المناسبة لكي يعبر كل إنسان عن رأيه ويحاول إقناع الآخرين به ما استطاع إليه سبيلاً وسط هذه التناقضات مهما بلغت حدتها حيث يتم إفراز الرأي الصائب.

خلاصة القول في هذا الموضوع أن النضال الديمقراطي الذي قاده المفكرون والفلاسفة الغرب منذ القرن السابع عشر إلى أيامنا هذه، حيث تم محاصرة سلطان الدولة على الصحافة إلا أخذ يضعف رويداً رويداً حتى نهاية القرن الثامن عشر،

ووصل الأمر إلى أن الإشراف المطلق على الصحافة ووسائل الإعلام والتشتر أصبح من مخلفات ومن أبغض الأعمال البشعة لدى الإنسان المعاصر، وبذلك تهيأ المناخ الدولي لترسيخ قيم الحرية والديمقراطية وعلى رأسها المذهب الحر الذي أصبح هو العنوان الكبير لحرية الصحافة وبذلك أعلن انتحار التاج والكنيسة بسبب الهزيمة التي تعرض لها أمام الأفكار الليبرالية وتم تخليص الحرية من بقايا الأنظمة البائدة والمذاهب البائدة السلطوية.

والسؤال المطروح هل المذهب الليبرالي الحر للإعلام والصحافة سمح بوجود قيود متعددة أم أن الصحافة والإعلام حرتان بالمعنى المطلق؟

تشير بعض المصادر المتلفة بتاريخ المذهب الليبرالي الحر إلى أن بعض المحاولات أبدت وجود قيود على الصحافة، فقد جاءت المحاولة الأولى لتفسير هذه القيود وتبريرها من جانب الإنجليز على يد أبرز قضاتهم هما اللورد مانسفيلد رئيس قضاء الإنجليز، ومستربلاكستون، وقد ساهم الرجلان في وضع تفسير لهذه القيود من منطلق التقاليد الإنجليزية تميل إلى المحافظة حيث أجمع الرجلان إلى أن الرقابة على الصحف من خلال التراخيص أمر غير قانوني ثم تراجعاً في ذلك الموقف وأكداً على أن إشراف القانون أو رقابته ضرورية في حالة واحدة وهي سوء استخدام حرية الصحافة. من جهة ثانية، فإن المصادر أشارت إلى أن القاضي بلاكستون أكد على أن حرية الصحافة تعتبر حقاً من حقوق الأفراد في المجتمع الديمقراطي ولكن ليس معناه عدم فرض الرقابة على مواد يعتبر نشرها جريمة، بل معناه فقط عدم تطبيق القيود القديمة على المطبوعات، فكل رجل حر في عرض ما يشاء من أفكار وآراء ومشاعر على الجمهور، فإذا حرّمنا هذه الرجل من الحق هدمنا بهذا العمل حرية الصحافة من أساسها، أما إذا عمد هذا الشخص إلى نشر مواد غير لائقة أو مواد ضارة بالمجتمع أو مواد خارجة على القانون فعليه أن يتحمل نتيجة جرائه ومع ذلك فإن إرادة الأفراد يجب أن تحترم دائماً ولكن سوء استخدام هذه الإرادة هو الذي يقع تحت طائلة القانون^(٩).

يفهم من كلام بلاكستون أنه لا قيود على حرية الفكر والتفكير أو البحث والكتابة وإن المطلوب من المجتمع الديمقراطي أن يحاول تجنب محاولة مس أهداف الإنسان بشقيه الفرد والمجتمع معاً، وهو أقصى مدى يمكن أن يفرضها الإنسان المعاصر على حرية الصحافة.

وكذلك أقل ما يمكن فرضه من قيود على وسائل الإعلام وعلى سبيل المثال لاحظ الباحثون أن المجتمعات الأوروبية والأمريكية في القرن الماضي واجهوا مشكلة في غاية الخطورة وهي تطبيق ستاندر مذهب الحرية على وسائل الإعلام الموجودة خاصة بعد التطور المذهل الذي تحقق في تطور تكنولوجيا الاتصالات والإعلام بعد الحربين العالميتين ومن هنا ظهر اتجاه من داخل هذه المجتمعات الغربية خلال هاتين الحربين يدعو إلى إعادة التفكير بتطبيق مذهب الحرية من خلال تفسير نشر الأخبار والآراء الضارة بأهداف الدولة وخاصة أثناء الحرب، ومما لا شك فيه فإن كسب الحرب كان من أهم الأهداف ما لم يكن أهمها على الإطلاق.

ومهما يكن من شيء من المذهبية التحررية لم تكتفِ للرأي القائل أو الداعي إلى الحد من حرية الصحافة تحت غطاء نشر الأفكار الهدامة أو الأفكار الضارة بالحكومات والشعوب اللهم إلا في نشوب الحرب.

وعلى سبيل المثال وخلال الحرب العالمية الأولى وضعت الحكومة الأمريكية نظاماً يقضي بفرض الرقابة على الرسائل التي ترد إلى أمريكا والتي تخرج منها، غير أن ذلك كما يقول بعض الباحثين لا يعني تكميم الأقواء أو الضغط على وسائل الإعلام أو تهديد الصحف.

ويبرر المهتمون والدارسون أن الولايات المتحدة لم تطبق نظام الرقابة القسري على الصحافة، وإنما طبقت نظام الرقابة الاختياري الذي ينطلق من الموافقة والود والصداقة وحسن التفاهم وغالباً ما كان يتم هذا الاتفاق ما بين الحكومة الأمريكية ورؤساء تحرير الصحف من ناحية، ومن ناحية أخرى، فقد قدمت الحكومة الأمريكية أثناء الحرب العالمية الثانية وأخضعت الإذاعة لرقابة الحكومة

وتوصلت إلى صيغة أخرى تفرض قيوداً على حرية الصحافة من خلال ما أسمته بالمجلس الأعلى للصحافة، وقد ناقش هذا المجلس مشكلة حرية الصحافة أثناء الحرب، وشارك بهذا النقاش والحوار رؤساء تحرير الصحف الأمريكية وكذلك كبار رجال الإذاعة، وقد توصل المجتمعون إلى صيغة جديدة وتتمثل في تبرير الرقابة على وسائل الإعلام أثناء الحرب على اعتبار أن صوت الدول مقدس يجب الحفاظ عليه، وهذا ليس غريباً في تاريخ الحكومات الأمريكية وهذا ما شاهدناه في الحرب التي أطلقتها أمريكا وتحت شعار محاربة الإرهاب والحرب الدائرة الآن في كل من أفغانستان والعراق.

كيف سعت الحكومة الأمريكية إلى تكميم الأفواه ووضع قيود صارمة على ما يجري في جبهات القتال والحيلولة دون المساح لوسائل الإعلام ينشر الحقائق التي تجري في ميدان الحرب بل وسمحت أمريكا ببث الأخبار غير الدقيقة والتي امتازت بالتضليل الإعلامي المستند على الأكاذيب، ووصل الأمر إلى اعتقال بعض الصحفيين الذين يقومون بتغطية الحرب الدائرة في كل من أفغانستان والعراق فحسب، بل وصل الأمر إلى تصفية عدد من الصحفيين وخاصة مراسل الجزيرة في بغداد طارق أيوب، ومراسل فضائية العربية، واعتقال تيسير علوني، واعتقال مصور الجزيرة والذي أفرج عنه مؤخراً سامي الحاج.

بل وصل الأمر كذلك إلى قصف مقرات القضايات التي تسعى إلى البحث عن الحقيقة.

إشكاليات العلاقة ما بين مذهب السلطة ومذهب الحرية:

بعد القراءة السابقة نصل إلى أن هناك إشكاليات كبيرة ما بين المذهبين تنحصر فيما يلي:

أولاً: مذهب السلطة لا تخجل من وضع القيود على الصحافة والإعلام التي تحد من حرية الصحافة سواء أكان في مرحلة السلم أم الحرب.

ثانياً: بينما مذهبية الحرية تجد كل الحرج بمجرد التفكير باستخدام إجراء استثنائي لوضع بعض القيود على الصحافة والإعلام، وعلى سبيل المثال، فإن ولادة المجلس الأعلى للإعلام في أمريكا جاء بسبب الحرج الذي يواجهه صانع القرار الأمريكي، ولكن ليس معناه أن فكرة المجلس تهدف للحد من حرية الصحافة أو وضع قيود على حرية الأفراد والجماعات بل إن الهدف الاستراتيجي لهذا المجلس الحد من تدخل الحكومات والتحقق من الرقابة التي تفرضها وسائل الإعلام.

الحالة الأمريكية الآن هي استثناء ويجب أن لا يعمل عليها مطلقاً؛ فالديمقراطية ليست منشأ أمريكياً وكذلك مذهب الحرية اثبتت من المجتمع الإنجليزي الذي قدم أعداداً كبيرة من شهداء وعشاق الحرية ولتبقى الحرية إلى الأبد. من جهة أخرى، فإن المذهبية التحررية أو الليبرالية يكمن مضمونها من أنها الطريق السليم والأسلم للوصول إلى الحقيقة لا يمكن أن يتم إلا بالحرية من منطلق أنها أهم الوسائل للوصول إلى الحقيقة بحرية تامة، ويوجد الحرية نكتشف الفرق ما بين الموقف الحقيقي والموقف المزيف وعلى هذا الأساس فإن أركانه الرئيسية تكمن في التعامل أو التفاعل الحقيقي الحر، ما بين المعلومات والأفكار^(١٠) وهذا التفاعل لن يتم إلا عن طريق التغير الاجتماعي الذي يتهج أسلوب الإقناع والتعايش بخلاف أسلوب القوة واللجوء إلى العنف، ولعل أحسن عنصر يضمن لنا التعايش حتى تتمكن من الإقناع وامتزاج الأفكار هو عنصر الديمقراطية المطلقة غير المشروطة وما يتمخض عن هذا العنصر من حريات تجعل بعض المظاهر غير الديمقراطية تنتمي لتجد مكانها ومظاهر أخرى تشجع إبراز الذاتية الثقافية بشكل واضح وبين هذه المظاهر الرقابية على الإعلام^(١١).

من جهة ثانية ومن وجهة نظرد، إبراهيم إمام أن هناك أسباب ترفض الرقابة على الصحافة من وجهة نظر المذهبية التحررية للأسباب التالية:

أولاً: إنها تنتهك الحق الطبيعي للإنسان في حرية الكلام والتعبير.
ثانياً: إنها تمكن الحاكمين في الاستمرار في السلطة وتجعل من الدول عدواً للحرية بدلاً من أن تكون حامية لها.

ثالثاً: إنها تمرقّل مؤقتاً عملية البحث عن الحقيقة عن طريق الإخلال بالتوازن في الدققة عن طريقها تظهر الحقيقة في نهاية الأمر.

ويخلص إبراهيم إمام إلى أن الحركة التداولية للأبناء والمعلومات في المذهبية الليبرالية الحرة يجب أن تتم دون تدخل السلطة أو من أي جهة كانت وأي تدخل يعتبر محاولة ضمنية أو صريحة لاحتواء الحركة التداولية أو قمعاً لحرية التعبير.

مذهب المسؤولية الاجتماعية:

استعرضنا في الصفحات السابقة أبرز المذاهب الفكرية والفلسفية التي انطلق منها المجتمع الإنساني عبر نضاله وتاريخه، وأكدنا أن البشرية حكمت أو احتكمت مرجعيتها الفكرية إلى مذهبين فكريين هما المذهب السلطوي ومذهب الحرية وهذان المذهبان هما اللذان سادا المجتمع البشري، فإما مجتمع ديمقراطي تقدمي يؤمن بالتعددية والحوار واحترام حقوق الإنسان، وإما مجتمع سلطوي لا يؤمن إلا بالصوت الواحد وتقديس الرأي الواحد والقطب الواحد أحادي الطرح لا يحترم حقوق الإنسان ولا حرياته وعلى رأسها حرية الصحافة والإعلام والتعبير والتفكير.

إن مذهب المسؤولية الاجتماعية يعتبر من المذاهب التي تنتمي إلى مذهب الحرية، وبعبارة أخرى، إن مذهب المسؤولية الاجتماعية هو الثبنت الشرعي لمذهب التحررية أو الحرية، وعودة إلى الظروف التي هيأت لبروز المذهب التحرري لاحظنا أن هذا المذهب عانى بما فيه الكفاية وناضل من أجل الفرد على اعتبار أنه إنسان مستقل، ويجب أن لا يكون عبئاً على ذاته أولاً وعلى الآخرين وعلى رأسهم الدولة، إن الإنسان المتحرر هو الإنسان المستقل عن سيطرة الدولة وأنه كذلك يستطيع أن يصل إلى الحقيقة والمعرفة دون الاعتماد على غيره.

إن نظرة المذهبية التحررية للحياة هي نظرة متفائلة كل التفاؤل، حيث إن الإنسان كائن عاقل وأنه قادر في كل الوقت على البحث عن الحقيقة، والوصول إليها، لكن المذهبية التحررية مقتت الإنسان المستسلم للضغوط سواءً أكانت من الدولة أو المجتمع وكذلك أعلنت الحرب بلا هوادة على الإنسان العاجز المتكامل الجبان، الإنسان الذي لا يؤمن بالتغيير والمقاومة والممانعة الذي يعتمد في تحقيق أحلامه وطموحاته على الآخرين في كل مرفق من مرافق الحياة، وعلى رأسها مرفق الإعلام.

ومن هنا فإن الإنسان المتكامل والرخو ليس هو أحد ضحايا الظلم والقمع والاستبداد وأحد ضحايا الدول المارقة والدول المستعمرة بل قد يصل به الأمر لأن يكون أحد ضحايا وسائل الإعلام وهو الفريسة السمينية والغنيمة الباردة لرجال السياسة من جهة ورجال الإعلام العابثين بالقيم الإنسانية من جهة أخرى.

في ضوء ما سبق خرج علينا مجموعة من الباحثين الذين وجدوا أن الحرية المطلقة قد تتحول في لحظة من اللحظات إلى وحش يفترس حريات الإنسان بل وحرية المجتمع بل إنه يمكننا تصوير خطر الحرية المطلقة على الإنسان بمثل دخول فيل هائج يقتحم مولاً للخزف أو كالحصان الجامح الذي يقتل كل من يراه في طريقه وتوصل الباحثون إلى الآتي:

إن الحرية الصحفية التي تلائم ظروف الناس هي المحدودة بحدود القانون وحدود الصالح العام وللحرية عندهم كذلك مفاهيم كثيرة يختار كل عصر من العصور المفهوم الذي يلائمه من هذه المفاهيم، فهناك العصر الذي يختار مفهوماً للحرية يجعل منها شيئاً مطلقاً لا يكاد يتقيد بتقيد ومن هنا فإن الصحافة الحرة قد تتال من الناس ومن الحكومات بالقدر الذي تشاء وبالطريقة التي تريد، ولعلنا نعترف الحرية المطلقة بأي نوع من القيم الإنسانية.

إن مذهب حرية المسؤولية ما هو إلا تهذيب لمفهوم الحرية المذهبية، ترى ما هي الأسباب الحقيقية التي جعلت الباحثون يفكرون بالبحث عن مذهب جديدة للإعلام؟

[إضافة إلى ما ذكر سابقاً فإن هنالك عوامل متعددة أدت إلى ولادة هذا المذهب، أي المسؤولية الاجتماعية ومن أهم هذه العوامل ما يلي:
 أولاً: الثورة التكنولوجية والصناعية، حيث غيرت مجرى الحياة في كل بقاع الأرض وعلى رأسها صناعة الإعلام والصحافة.

ثانياً: ازدياد النقد لوسائل الإعلام والصحافة وخاصة من حيث اتساع حجمها وزيادة احتسارها وأهميتها مما جعلها عامل ضغط على الحكومات نفسها وربما يؤدي ذلك إلى عرقلة مسيرتها.

ثالثاً: الجو الفكري الجديد الذي عبر عنه بعض المفكرين والفلاسفة عن شكهم في الفروض الأساسية التي تقوم عليها المذهبية التحريرية.

رابعاً: إرساء قواعد المهنة الصحفية خاصة بعد التحاق كثير من الفلاسفة والمفكرين بمهنة الصحافة.

ومن جهة أخرى، فإن الثورة الصناعية والتكنولوجية ساهمت بدور بارز في تحسين مستويات التعليم وما استتبعه من زيادة حجم توزيع الصحف وانتشار وسائل الإعلام إلى جانب هذه التطورات فقد انتقلت ملكية الصحافة من الدولة إلى الأفراد والمؤسسات وأصبح الإعلام والصحافة صناعة، وهنا فإن الاستثمار في قطاع الإعلام يستدعي التكبير مالياً في نهاية المطاف "ريح وخسارة" متوقعة في مراحل الإنتاج الأولى وهذا ما دعى إلى تناقص عدد الصحف وبالتالي فإن هذه الأسباب مجتمعة أدت إلى ولادة مذهب المسؤولية الاجتماعية.

إن الأساس الفكري الذي انطلقت منه مذهبية المسؤولية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد بعبارة أخرى، إن الحرية حق وواجب لا بد وأن يشعر به المستمتع بهذه الحرية، ومعنى ذلك أن الحرية تضطلع بهجمة من المسؤوليات أمام المجتمع تتحصر فيما يلي:

١- خدمة النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في جميع المسائل التي تهم المجتمع.

٢- تنوير الجمهور وتوعيته بالحقائق والأرقام تنويراً يجعل من البسير عليه أن يحكم بنفسه حكماً صحيحاً على كل الأحداث العامة.

٣- صيانة مصالح الناس والأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة هؤلاء، وذلك عن طريق المراقبة الناعمة لأعمال الحكومة وأعمال الشركات والهيئات على السواء.

٤- خدمة الحياة الاقتصادية عن طريق الإعلانات التي تهم كلاً من البائع والمشتري.

٥- خدمة القراء عن طريق الترويج والتسليّة تخفيفاً لأعباء الحياة على الناس وترويحاً لنفوسهم وأجسامهم.

٦- رعاية المصالح العامة وتقضيها على الخاصة أو الحيلولة دون سيطرة المصالح الخاصة بحيث لا تضر بالمصالح العام^(١١).

إن هذه المذهبية يسجل بها بالبند العريض فيما تاريخ الإعلام أنها لا تثير غرائز القراء بقدر ما تثير عقولهم وتشجع هذه العقول بأن الصحافة تسد حاجة القارئ السريعة ولا تهمل الحقيقة، وتحاول توصيلها للقراء أو تحملهم على السعي وراءها ليس لها هدف سوى تنوير المجتمع وثقيفه وتوعيته.

يعد هذا العرض عن مذهبية المسؤولية الاجتماعية ترى ما هي الاختلافات ما بينها وبين نظرية أو مذهبية الحرية؟

تختلف مذهبية المسؤولية الاجتماعية عن الحرية فيما يلي:

أولاً: من حيث فهمها للطبيعة الإنسانية، فمذهبية الحرية الكلاسيكية تركز على صفات الإنسان العقلانية والأخلاقية، وعلى سعيه للوصول إلى الحقيقة والاعتدال بها، ذلك لأنه إذا ما عبر الجميع عن آرائهم ومعتقداتهم "الخير والشر" فإن

الأمل في اكتشاف الحقيقة يكون موجوداً، كما أنه ليس هناك ما يدعو إلى تذكير الناس وأقصد الناشرين بمسؤولياتهم العامة فإيمانهم بالقيمة الأخلاقية وسكراتهم المهنية سوف تحول بينهم وبين الخطأ، وحتى إذا أخطأت القلة فإن الآخرين سيكتشفون زيفهم وخداعهم وأكاذيبهم لأن عقل الجماعة ومنطقها يسود، كما أن هذه المذهبية لا تتكرر عقلانية الإنسان، وإن كانت تثق في هذه العقلانية بدرجة أقل من المذهبية التحررية ولكنها تتصادم مع مذهبية الحرية، خاصة أن الإنسان يسعى بطريقة فطرية وتحريرية للبحث عن الحقيقة والافتداء بها من منطلق أن الإنسان قادر على استخدام عقله ولكنه لا يفقل ذلك، ومن ثم أصبح فريسة لمن يستخدمونه لأغراض الشخصية، وإذا ما أراد أن يظل حراً فيجب أن يحكم عقله فيما يرى ويسمع بدلاً من أن يتقبل ما يراه أو يسمعه بطريقة سلبية تتسم بعدم المبالاة، من أجل ذلك كان من الواجب على عناصر المجتمع الواعية أن تشجع الإنسان العادي سوف لا يتحرك للبحث عن الحقيقة وذلك لأن هدف الإنسان العادي اكتشاف الحقيقة والبحث عنها فحسب، بل هدفه يركز دائماً في إرضاء احتياجاته المباشرة ورغباته اليومية.

ثانياً: نظرة المذهبية الاجتماعية إلى عملية الإصلاح الذاتي والفردية: هذه المذهبية بشكل عام لا تثق في كفاية عملية الإصلاح الذاتي مقارنة بالمذهبية التحررية، وعلى سبيل المثال، فإن نظرة كل من "ملتون، وميل، وجيفرسون" أي نظرة رواد المذهبية التحررية في ظهور الحقيقة بناءً على التحام الآراء ليس له ما يبرره في المجتمع المعاصر مقارنة لرواد المسؤولية الاجتماعية.

حيث يتساءل أحد روادها وهو كوكينج قائلاً إذا كان المبدأ الذي يتبناه الإنسان هو إخضاع كل الآراء للمناقشة والحوار، فهل هناك مبادئ يمكن أن تحكم هذا الحوار وتنتهي؟ وهل هناك بين المتحاورين من سيقر بالنصر أو الهزيمة؟ إن حقائق الحياة في نظر هوكينج لا تؤيد موقف الكلاسيكيين لمذهب الحرية ذلك لأنه ليس هناك ما يؤكد أن الفكرة سوف تلتحم مع فكرة أخرى في

الإطار السليم، كما أن هناك عدداً قليلاً جداً من المواطنين ممن يبحثون بإخلاص عن الأفكار التي تقند وتقتد الأفكار التي سبق اعتناقها، والأهم من ذلك فإن قيمة حرية التعبير كما عبرت عنها لجنة حرية الصحافة تكمن في أنها تحول الصراع الاجتماعي من مستوى العنف إلى مستوى المناقشة.

وخلاصة القول في هذا الموضوع بالذات إن لجنة حرية الصحافة قد انتهت بتبنيها لمذهبية المسؤولية الاجتماعية إلى أن أصبحت المذهبية التحررية من مخلفات الماضي والآن نحن في عصر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات من الانترنت إلى القمر الصناعي إلى الخلوي.. حيث أصبح الإعلام في أيدي قليلة وأصبح الإعلان يشكل تأثيراً خطيراً على موارد الصحافة وعلى أخلاقيات الشعب، لقد اعترفت الصحافة بالنتائج التي توصلت إليها اللجنة بصفة عامة وقلّ تبعاً لذلك عدد الذين يريدون حرية الصحافة أن تكون حقاً شخصياً خالصاً للأفراد^(١٣).

وهنا قد ندخل في تساؤل آخر: هل لمذهبية المسؤولية الاجتماعية حدود أم أنها جاءت لوضع القيود على الصحافة؟

مما لا شك فيه أن هذه المذهبية ظهرت حديثاً وجاءت لمعالجة الجوانب والأغراض التي نجمت عن تطبيق المذهبية التحررية الكلاسيكية في الولايات المتحدة في أوائل القرن الماضي، وقد نبعت أفكار هذه المذهبية من كتابات ولیم كننج وجون ملتون وغيرهم من أعضاء لجنة حرية الصحافة ولن عملوا على وضع ميثاق الشرف للعمل الصحفي والتي أقرتها المؤتمرات العامة التي قامت في تلك البلدان ورأت فيها خيراً للجميع.

من جهة أخرى قد نحى الإنجليز منحي الأمريكيين، فاندفعوا صوب مذهبية المسؤولية الاجتماعية حتى أصبح يطلق عليهم بالأنجلو أمريكي، ومن جهة ثانية فقد نبعت هذه المذهبية من تقارير اللجنة الملكية البرلمانية لشؤون الصحافة البريطانية، وهي اللجنة التي دعت للنظر في شؤون الصحافة البريطانية حيث اجتمعت عدة مرات لهذه الغاية وكان اجتماعها إذ ذاك استجابة للرأي العام

البريطاني وكان من نتيجة هذه الاجتماعات ولادة المجلس الأعلى للصحافة في إنكلترا وهو شبيه بالمجلس الأعلى للصحافة في أمريكا، وقد تحدث أهداف المجلس تبعاً لمذهبية المسؤولية الاجتماعية على النحو التالي "ميثاق الشرف الصحفي بالنسبة للصحافة البريطانية":

أولاً: التمسك بالأعمال الصحفية المنحرفة واستدعاء الصحفيين الذين بدرت منهم هذه الأعمال وتوجيه اللوم لهم وتأنيبهم إذا اقتضى الحال.
ثانياً: التحقيق في شكاوى الجمهور بحق الصحف التي تعتدي على الأفراد والجماعات ولا تجد الجماعات من يدافع عنها.
ثالثاً: إنصاف الصحفيين الذين تثبت براعتهم من التهم الموجهة إليهم.
رابعاً: الرد على الشكاوى التي لا تثبت فيها إدانة للصحافة ولوسائل الإعلام.

من جهة ثانية فقد حققت مذهبية المسؤولية الاجتماعية انتشاراً كبيراً في معظم دول العالم وخاصة الأوروبية والأمريكية والآسيوية وانتقلت إلى الأمم المتحدة، فكان من نتيجة ذلك أن بذلت جهود كبيرة لتحديد آداب مهنة الصحافة، ومرد ذلك هو السمة الطيبة من مذهبية المسؤولية الاجتماعية وبالتالي تم ولادة الميثاق الصحفي، لكن السؤال المطروح: ما سر الإقبال على الاهتمام بهذه المذهبية التي وازنت ما بين قيم الحرية الصحفية وقيم المجتمع، حيث أوضح الخبير الإعلامي عبد اللطيف حمزة أن مرد ذلك يعود إلى الأسباب التالية:

١- التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصالات والذي انعكس مباشرة على قطاع الإعلام والصحافة، أي أن الصحافة انتقلت من فلسفة الرسالة إلى فلسفة الصناعة.

٢- جنوح الصحافة إلى الإثارة وإساءة استخدامها على نحو آخر بالأخلاق العامة وعرض المجتمع للانتهاب عن طريق ما أسموه بالصحافة الصفراء أو الصحافة التي تهتم بأخبار الجنس وأخبار الجريمة وتعتمد على عنصر الإثارة^(١٥).

كل ما سبق ذكره شكل ردة فعل لدى الحكومات والشعوب، فأخذت تتكرر بوضع حد للمذهبية التحررية والتي بلغت مداها وأصبحت تشكل خطراً على البلاد والعباد، ولذا تقرر دفن المذهبية التحررية في متحف التاريخ من خلال البحث عن صيغة جديدة للحرية لتبقي من مبدأ المسؤولية على اعتبار أن المشرف الحقيقي على الصحافة هو المجتمع أو الشعب أو الرأي العام أو القراء أو ميثاق الشرف الصحفي أو القوانين الناظمة للحریات.

من ناحية أخرى، فإن مسؤوليات الإشراف على الصحافة في ظل الحرية الفردية كانت للحكومة، لأنها هي صاحبة الحق في إعطاء التراخيص إن شاعت سحبها وإن شاعت أبقت عليها.

أما ملكية الصحف تبعاً لهذه المذهبية أي المسؤولية الاجتماعية، فإنه يمكن أن تكون ملكية خاصة إلى أن تثبت الصحيفة أنها قد أخلت بالقانون أو المصلحة العامة، وهنا تتدخل الحكومة وتتصرف بما تراه مناسباً إزاء الصحيفة أو الوسيلة.

بماذا تمتاز صحافة المذهبية الاجتماعية؟ أهم ما تمتاز هذه المذهبية أنها ليست صحافة فردية أو ذاتية بقدر ما هي صحافة موضوعية، وأنها ليست ملكاً خاصاً للأفراد بكل ما تحمله الكلمة من معاني ولكنها ملك للصالح العام ممثلاً في فرد أو هيئة أو نقابة أو شركة أو جماعة أو حكومة.

المذهبية الشيوعية في الإعلام:

نشأتها:

انبثقت هذه المذهبية من اسمها فهي تعبر عن فلسفة الدول والمجتمع في الاتحاد السوفياتي سابقاً، وقد انطلقت فلسفة هذه المذهبية من خلال التحليل الذي قدمه مالبيرشام حول فلسفة هذه المذهبية حيث يقول شرام أن الشيوعيين لا ينظرون إلى وسائل الإعلام الجماهيري على أنها سلطة تراقب السلطات التشريعية والتنفيذية

والقضائية، فتتشر أخبار هذه السلطة، وتتنقد أعمالها كما تفعل أجهزة الإعلام في الغرب ولكن وسائل الإعلام الجماهيرية تعتبره منذ قيام الثورة البلشفية ١٩١٧ أداة جماعية للدعاية والترويج للأيديولوجيا الشيوعية، فهي أداة لنقل الكلمة والصورة أو الخبر كما يراه الكرملين ويفسره، ووسائل الإعلام هي أداة للتحويل الاشتراكي وللرقابة الاشتراكية أي أنها في نظر الشيوعيين تحقق أهدافاً إيجابية جادة^(١٤)، وعلاوة على ذلك فإن الدولة هي التي تسيطر على وسائل الإعلام باسم الشعب عن طريق التحكم في مصادرها ومواردها الطبيعية والمادية ولم يمد هناك بالتالي وسائل إعلام يملكها الأفراد، أي أن وسائل الإعلام إنما تعكس الأيديولوجية الشيوعية، وتعكس أهداف الدولة ونشاطها كما تعكس الشخصية المثالية الشيوعية أي كما ينبغي أن تكون تلك الشخصية.

أركان المذهبية /الشيوعية:

أولاً: إن وسائل الإعلام تستخدم كأدوات للدولة والحزب الشيوعي أي أنها لا تعكس الأحداث بصورة مستقلة ولا تقوم بمسؤوليات الإسهام في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه من زاوية نابعة منه كما أن وسائل الإعلام لا تحت الدولة على اتخاذ قرارات سياسية معينة.

ثانياً: إن وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من سلطات الدولة والحزب، فوسائل الإعلام تتحدد وظيفتها تبعاً لهذين المذهبين من خلال التعاون مع المروجين على تنظيم الجماهير كما تعاون قادة الحزب المحليين في نشر الأيديولوجية الشيوعية بالإضافة إلى أن أجهزة الإعلام ووسائله تعتبر مصدراً أساسياً لثقافة العمال والقطاعات المختلفة في الصناعة والمدارس وهناك تشابه كبير فيما تكتبه وتشره وسائل الإعلام المختلفة ويعتبر ذلك دليل قوة ووحدة، لا دليل ضعف أو ضغط من وجهة نظر الشيوعية.

ثالثاً: وسائل الإعلام في الأنظمة الشيوعية مسؤولة وحررة، ولكن المسؤولية والحرية عند الشيوعيين تختلف في معاييرها عند الغرب، فالأخير ينظر إلى وسائل

الإعلام في البلدان الشيوعية على أنها أدوات في يد الدولة والشيوعيون ينظرون إلى وسائل الإعلام في الغرب أنها أدوات بيد الطبقة الرأسمالية فيما يرى الغرب أن الشعوب في البلدان الشيوعية تعيش حالة حرمان حرياتي، ولكن الموقف الشيوعي تجاه الغرب والرد عليهم بأن الإعلام الشيوعي هو أكثر ألوان الإعلام حرية في العالم.

إذن هناك جدلية ما بين الموقفين الشيوعي من جهة والغربي من جهة أخرى تجاه فلسفة الحرية، ففي إحدى المؤتمرات الصحفية أجاب الرئيس السوفياتي المسابق جوزيف ستالين على أحد الصحفيين الغربيين بخصوص الحرية الصحفية في البلدان الشيوعية حيث طرح الصحفي تلميحاً إلى أن المجتمع السوفياتي آنذاك ينكر الحرية الفردية، فأجابته ستالين قائلاً: "إن سؤال الصحفي يتضمن تلميحاً إلى أن المجتمع السوفياتي ينكر الحرية الفردية وذلك ليس صحيحاً".

ثم يتساءل الرئيس ستالين ما هي الحرية الشخصية للعامل عن العمل والجنائ الذي لا يجد قوت يومه أو غده فضلاً عن أنه سوف لا يجد جزاء كدّه وعمله؟ إن الحرية العقلية لا تتحقق إلا إذا تم القضاء على الاستغلال وانتهى ظلم فريق من الناس لفريق آخر. إن الحرية الحقيقية توجد إذا اختفت البطالة وانعدم التسول وإطمأن الأفراد على أرزاقهم في يومهم وغدهم.

هذه وجهة نظر ستالين ويبدو أنه سلط الضوء على القاعدة المادية للحرية، أما ما سبقه هياسوف الشيوعية وأبرز قادتها الثوريين لينين فكان يرى أن الحرية المطلقة هي مستحيلة وخيالية قائلاً من المستحيل أن نعيش في مجتمع معين وأن تكون حراً في هذا المجتمع.

والشيوعيون يرون أن العالم العربي يبحث عن حريته بعيداً عن الدولة، أما المواطن الشيوعي فهو يتمتع بحريته داخل الدولة التي تحميه ليفعل ما هو خير بالنسبة له، فالدولة إذن تسمح بممارسة حرية الصحافة والتعبير من أجل دعم القيم الاشتراكية ولكنه لا تعترف بحرية أعداء الاشتراكية.

وعلاوة على ذلك فإن الحرية المسزولة لا يمكن فصلها عن المذهبية الشيوعية للإعلام، فالمادة ١٢٥ من الدستور السوفياتي سابقاً تنص على منح الحريات للشعب العامل من أجل تدعيم قوة النظام الاشتراكي، أما وسائل الإعلام فهي تمارس نظاماً حراً ومسؤولاً في ذات الوقت لأن الطبقة العاملة تتمتع بامتيازات استخدامها في التعبير عن الخط الحقيقي وفي الوصول بنجاح للأهداف التي ترسمها الدولة لصالح الطبقة العاملة.

من جهة ثانية، فإن القراءة العميقة للمذهبية الشيوعية لن تتأتى إلا بعد قراءة الفلسفة الماركسية ذاتها حتى نتتمكن من التعرف على أبعاد هذه المذهبية. إن الأصول الفكرية للمذهبية الشيوعية في الإعلام تستدعي منا أن نعود إلى أخصكار كارل ماركس ذاتها حتى نتمكن من تقييم الفارق الجوهرى ما بين مذهبية السلطة والمذهبية الشيوعية على اعتبار أن بعض الباحثين اعتبروا أن مذهبية السلطة هي الوجه الآخر للمذهبية الشيوعية.

تستند المذهبية الشيوعية في الإعلام إلى الشيوعية ذاتها والتي بنيت على أساسها وتؤكد أنها لم توجد إلا لمصلحتها والتمكين لها بكل الطرق الممكنة، ومن أبرز فلاسفتها كارل ماركس وخاصة في موضوع السلطة وهذا الرأي يثبت لدى الكثير من الباحثين أنه إذا ذكرت الشيوعية ذكرت السلطة.

السلطة والقانون في نظر كارل ماركس: القانون من وجهة نظر الماركسية ما هو إلا نوعاً من الإكراه والدولة في نظر هذه الفلسفة ظاهرة عارضة مصيرها الفناء والاختفاء في يوم من الأيام ولكنها لا تختفي من العالم قبل أن تسبقها دكتاتورية البروليتاريا وتعتبره في هذه المرحلة تاريخية تستخدم فيها كل أشكال البطش والعنف إذا لزم الأمر وحمل ماركس الطبقة العاملة بالرغم من كونها أقلية، فعليها القيام بدورها التاريخي الهام وهو الاستيلاء على السلطة بالقوة.

ويرى ماركس أن القانون في أي شكل من أشكالها ليس له صفة القدسية من منطلق أنه سلطة الدولة لا تخضع لقانون وضعي أو سماوي بل إن مصالح الطبقة

الحاكمة دائماً هي القانون الحقيقي وكفالة هذه المصالح تتعارض مع تقتيت سلطة الدولة بصورة أو بأخرى^(١٧).

ومن هنا نلاحظ أن الفلاسفة الماركسيين أنكروا مبدأ حقوق الإنسان، بل إن القانون الصوفياني أنكر فكرة القانون الطبيعي، وهي الفكرة التي تتخذ سنداً لحقوق الأفراد أي أن حقوق الأفراد من وجهة نظر المذهبية الشيوعية لا يستند إليه. كما أن ماركس اعتبر أن سلطة الدولة ترتبط ارتباطاً تاماً بالنظام الاجتماعي الاشتراكي، ذلك أن المذهبية الشيوعية لها غاية واحدة وهي التعجيل باستقبال الشيوعية ومن هنا وبعبارة سنسلط الضوء على أبرز الأسس الفلسفية الماركسية.

أولاً- الجدلية التاريخية:

إن هذا المبدأ أول من تناوله هيجل والذي ذهب من خلاله إلى أن حوادث التاريخ يمكن فهمها فهماً سليماً على أساس بأنها خاضعة باستمرار لثلاث مراحل وهي مرحلة التجميع، ومرحلة التصديع ومرحلة التجميع من جديد. وضرب مثلاً على ذلك "الصراع الذي جرى ما بين الإقطاع والبرجوازية" وهو الصراع الذي نتج عنه ظهور طبقات التجارة والرأسمالية، ثم في القرن الثامن عشر بسبب الثورة الفرنسية والأمريكية ونتج عنها انتصار الطبقة الوسطى وسيطرتها على الحياة الاجتماعية، ثم كان لا بد من أن ينشأ تجميع ما بين البرجوازية والعمال، ثم تصديع في هاتين الطبقتين على سواء، واختتم هذا التصديع بتجميع الطبقة العاملة الكادحة وهي طبقة العمال.

ثانياً- الحتمية المادية:

جرى نقاش حول هذا الموضوع ما بين هيجل وكارل ماركس حيث يرى الأول أن العالم المادي ليس إلا تعبيراً عن العالم الفكري وانعكاساً لأراء المفكرين في حين ماركس يرى أن الفكر البشري ليس إلا صدى للعالم المادي، أي أن الحياة

المادية وطرائق الناس فيها هي التي تحدد أفكار المفكرين وتتولد عنها آراؤهم وفلسفاتهم أو بعبارة أخرى إن الاقتصاد والإنتاج هما اللذان يقرران طبيعة الحياة التي يحياها الناس ويحددان معالم المجتمع الذي يعيشون فيه، ويقول في تفسير ذلك أنه لما كانت قوى الإنتاج تتطور ويأسرع من القائمين على هذا الإنتاج فإن الرأسماليين تحمل في طبيعتها أسباب قناتها، فالفني من الناس يزداد غنى، والفقراء يزدادون فقرًا، والأغنياء بطبيعتهم أقلية والفقراء بطبيعتهم أكثرية والبؤس في زيادة مستمرة وكل هذه الظروف والأسباب تدعو إلى الثورة والثورة يجب أن تستهدف المجتمع الرأسمالي كما تهدف إلى الاستيلاء على جميع وسائل الإنتاج المختلفة، وهنا نجد الفن والأدب وسائر مظاهر الفكر البشري في المجتمع تتبع هذه الثورة، وتسير معها خطوة خطوة، ذلك ما عاينه ماركس أن الفكر الإنساني صدى للأحداث المادية والتطورات الاقتصادية وليست هذه التطورات صدى للفكر الإنساني وانعكاساً له كما عني به هيغل^(١٧).

هكذا جاءت الماركسية وكأنها تفسير اقتصادي للتاريخ البشري من الناحيتين الفكرية والسياسية، فالتاريخ الإنساني من وجهة نظر ماركس ما هو إلا تاريخ الصراع الطبقي، وقد ثبت أن هذا الصراع ينتهي دائماً بانتصار الطبقة الكادحة الأوفر عدداً والأسوأ حالاً على الطبقة الأقل من حيث العدد والأسعد من حيث الثروة.

ثالثاً- انتصار الطبقة الكادحة أو طبقة العمال:

إن الهدف من انتصار هذه الطبقة الوصول إلى صيغة الشيوعية أي ولادة مجتمع شيوعي تزول فيه الطبقات وتسود الحرية بالمفهوم الماركسي وترفرف عليه أعلام العدل والسلام وتتمحي فيه صورة الحكومة بعد أن استنفذت أغراضها في المرحلة الأولى من مراحل النظام الشيوعي فتسيطر هذه الطبقة سيطرة تامة على المجتمع وتعمل على محو الطبقة الرأسمالية وعلى منع استقلال الإنسان لأخيه الإنسان ولكن هذا الحلم الشيوعي تحقق لكنه لم يكتمل وتم القضاء عليه في

بداية التسعينات من القرن الماضي عندما حاول الغرب القضاء على هذه التجربة ليس بالحرب الساخنة، وإنما بالحرب الباردة، وقد شكلت هذه التجربة في يوم من الأيام سداً متيقماً لمحاربة الإمبريالية والاستعمار، وكانت قطباً متميزاً ومدافعاً عن شعوب العالم الثالث ومدافعاً عن الفقراء وشعوب العالم الثالث ولقد كشف النظام الرأسمالي المتوحش عن حقيقته تحت ستار الحرية وأمام مرأى العالم كله^(١٨). ترى هل الشيوعية أو الاشتراكية صنف واحد أم عدة أصناف: أولاً: الاشتراكية المعتدلة: وأبرز فلاسفتها "هندمان" وموريس باكس، وأدولن وجنر، وشمولر، وهلد.

فيما اعتبر كل من هيرت شير، وستيوارت ميل، هنري جورج، وجماعة الاشتراكيين النفايين الذين ظهوروا عام ١٨٨٤ ثم انضم إليهم شمولر بعد ذلك على أنهم اشتراكيون معتدلون نادوا بتأميم الأرض.

ثانياً: الاشتراكيون الأصوليون أو المتطرفون أو الشيوعيون: وأشهرهم كارل ماركس فهو مواطن بروسيا ولد سنة ١٨١٨ واعتنق فكرة أساسية أن الأمراض الاجتماعية والسياسية لا تعالج بالبحث النظري المجرد ولا بالمثل الخيالية ولكن بالنظر إلى النظم الاجتماعية القائمة وتحليل هذه النظم والوقوف على مآلها من مقومات اقتصادية قبل كل شيء، وقد شرح ماركس آراءه في كتب الاقتصاد السياسي غير أن المنشور الشيوعي يعتبر أهم كتبه على الإطلاق قام بتأليفه بمشاركة إنجلز.

فلسفة المذهب الشيوعية للحرية:

الشيوعيون بطبيعتهم يسخرون من الحرية النظرية وقد أشرنا إلى استهتار ستالين في تعريفه للحرية قائلاً: أنه لا معنى للحرية بالنسبة للمتعلل ولا معنى للحرية بالنسبة للجائع ولا معنى للحرية بالنسبة للجائع فإن الحرية لا توجد إلا عندما يختفي الاستغلال والتسول والخوف أو يختفي شبح البطالة من المجتمع اختفاءً.

ومن هنا يطرح السؤال التالي ما دامت المذهبية الشيوعية لتصادم مع مذهبية الحرية فما هو الفرق بينها وبين المذهبية السلطوية: بصفة عامة تتظر المذهبية الغربية التحررية بأن المذهبية الشيوعية هي نسخة من مذهبية السلطة من حيث أن هذه المذهبية تشكل نظاماً تسلطياً وهي الأقوى ممارسة للقهر والقسر والضغط والتسلط والغرب يؤكد أن مذهبية السلطة مع المذهبية الشيوعية ما هي إلا الأجنة من جنان الغرب وأن المذهبية الشيوعية جحيم لا يُطاق.

وتتمثل الإشكاليات ما بين المذهبية التحررية والشيوعية على النحو التالي:
 أولاً: ملكية وسائل الإعلام فهي المذهبية الشيوعية مملوكة للدولة، بينما المذهبية التحررية يملكها الأفراد وهي ملكية خاصة وليست عامة، إن هذه الملكية تزيد أعباء التسلط على الحرية والإعلام بشكل خاص من خلال منح التراخيص أو منعها عن طريق الضغوط الحكومية.
 ثانياً: الربحية معدومة لدى المذهبية الشيوعية في حين المذهبية التحررية جوهرها الربح.

ثالثاً: حددت المذهبية الشيوعية النقد الذي يجب أن تمارسه الصحافة والمتمثل بنقد خطط الحكومة وليس نقد الحكومة ذاتها.

رابعاً: تعتبر المذهبية الشيوعية النظام الإعلامي السوفياتي جزء لا يتجزأ من النظام الحكومي ذاته الذي يهدف إلى إحداث التغيير والتحول في المجتمع كما وتعتمد هذه المذهبية على التخطيط وتعاون الأجهزة الإعلامية في تحقيق الخطط والبرامج التي تضعها الدولة والحزب معاً.

خامساً: تركز المذهبية الشيوعية على الحتمية الاقتصادية وليس على الحق الإلهي كما وتستند على فكرة صراع الطبقات، والذي يهدف كما أشرنا إلى سيطرة الطبقة العاملة وتحقيق مجتمع بلا طبقات^(٢٠).

القراشق الإعلامي ما بين مذهبية الحرية والمذهبية الشيوعية:

إن المقارنة ما بين المذهبية الشيوعية والتحررية هي مقارنة بعيدة المدى فهي تبعد بمسافة طويلة جداً تعادل المسافة ما بين واشنطن وموسكو أو ما بين البيت الأبيض والكرملين.

فالغرب يعتبر صحافته تتمتع بالحرية المطلقة بينما الإعلام الشيوعي يرزح تحت نار التسلط، وأن قطاع الإعلام والصحافة في المذهبية الشيوعية من وجهة نظر الغرب يرزح تحت الرقابة الحكومية الصارمة ورقابة الحزب الواحد وأن وظيفة هذه المذهبية هي دعائية وتضليل فقط.

في حين تفخر المذهبية التحررية بأن صحافتها وإعلامها خبري وأنها مساهمة للتطور الصحفي في البلدان المتقدمة وأنها قادرة على الإتيان بالأخبار في أسرع وقت ممكن وهي في الوقت نفسه أقدر من سواها على تسلية القارئ وإمتاعه وتزويده بالمعلومات.

فيما ترد المذهبية الشيوعية على الغرب بأن سرعة الأخبار وتسلية الجمهور لا يعتبران من الخدمات العامة التي تقدمها الصحافة الرشيدة للشعب، كما أن التسلية والترفيه على القراء يكونان بصورة تقلل القيم الإنسانية والشرف الصحفي والأخلاقيات الصحافية بل إنها تجر إلى أعمال لا تليق بالأمة التي تحترم نفسها بين سائر الأمم.

من جهة أخرى، فقد اعتبرت المذهبية الشيوعية أن الحرية التي ينادي بها الغرب هي مزعومة وأن الإعلام الغربي ما هو إلا إعلام عميل وإعلام رخيص وخاصة الإعلام الأمريكي والأهم من ذلك أن إعلام المذهبية التحررية ما هو إلا انصياع تام للنظام الرأسمالي والذي يمتاز بالاحتكار والفساد والانحلال الخلقي في المجتمع الغربي.

وفي النهاية نقول أنه لا يمكن إجراء مقاربات ما بين المذهبين إلا الصراع والمواجهة الحتمية حيث إن الصراع يطلق عليه صراع الاضطراب ولن ينتهي إلا

بانتصار طرف على طرف آخر ويزيد هذا الكلام الرئيس السوفياتي السابق ستالين في كلمته المشهورة "إننا نعيش طبقاً لنصيحة لينين وهي أن الحياة مباراة من مباريات المصارعة الحرة فلما أن تقضي على الرأسمالية وتخلص من كل الرأسماليين وإما أن يقضوا علينا وينخلصوا منا" وهذه النبوءة حدث بالفعل في العقد الأخير من القرن الماضي وما تلاه حيث تم درجة رأس الشيوعية العالمية، وتم إسقاط تمثال لينين أمام مرأى كاميرات العالم وبذلك فقد انتصرت الرأسمالية المتوحشة على الشيوعية التي تطالب بالعدالة الاجتماعية ولكن هذا الانتصار جاء بلا حرب، كما قال الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون.

الاختلاف ما بين المذهبين:

إن الاختلاف الفكري ما بينهما هو اختلاف ما بين منظري هاتين الفلسفتين وأقصد ما بين كارل ماركس وستيوارت ميل.

كارل ماركس ركز على إصلاح الإنسان، ولكن عن طريق المجتمع أي أنه يريد استخدام الإنسان كأداة لإصلاح المجتمع وإصلاح الفرد بعد ذلك، بينما ميل يرى أن إصلاح المجتمع يبدأ من إصلاح الفرد وعليه يمكننا القول إن نقاط الاضطراب ما بين الفيلسوفين متوفرة بنفس نقاط الالتقاء.

الخلاصة التي نريد أن نصل إليها أن أهداف وسائل الإعلام في المذهبية الشيوعية معدة مسبقاً ومطبوعة ومندسوسة ومخطط لها، فالحزب هو الذي يفكر نهاية عن الشعب وما على الشعب إلا المباركة، بينما المذهبية التحريرية فمن المفروض على وسائل الإعلام أن تقوم بوظيفة خدمة الشعب والتعبير عن احتياجاتها العامة والاجتماعية فيما تعتبر وسائل الإعلام أجهزة تعبر عن المصالح والأفكار المتعارضة كما يراها من يملك وسائل الإعلام، وذلك من أجل تقديم إنتاج له فائدة في المجتمع. إن الغرب يرى أن المذهبية الشيوعية تعطل الإعلام والصحافة وتصفدهما في قيود العبودية والطاعة والصحافة في هذه الحالة فهي مختلفة، ولا تملك من أمرها شيئاً.

بعض فلاسفة الفكر الماركسي:

كارل ماركس يقول في عام ١٨٤٢: "تسمع الحكومة صوتها فقط وهي تعرف أنها تسمع صوتها فقط ومع ذلك، فهي تتصرف على اعتبار أنها صوت الشعب وتطلب من الناس أن يتقبلوا ذلك على أنه حقيقة، وهكذا يقع الناس في الشك والحيرة أو يكونوا سلبيين ويعزفون عن المشاركة في الحياة السياسية، ويهتمون فقط بشؤون الخاصة، وإذا سَكَان على الناس أن ينظروا إلى الكتابات الحرة على أنها كتابات غير قانونية، فسيتعودون على اعتبار ما هو غير قانوني على أنه حر، فالحرية غير مشروعة وما هو مشروع لا يعبر عن الحرية ونتيجة لذلك فإن الرقابة تقتل الروح المتعددة.

فيما وصف نيكولا لينين الرقابة على الصحف قائلاً: "لماذا يسمح بحرية الصحافة وحرية التعبير، لماذا تسمح الحكومة التي تعمل ما تعتقد أنه سليم بنقد أعمالها؟ إن الأفكار لها قدرة حتمية تفوق قدرة البنادق"^(٣).

الفصل الثاني

مذاهب تحليل الخطاب

خلال الصفحات الماضية أشرنا إلى إشكالية تعدد وتشابك التخصصات والمذاهب اللغوية والألسنية والفلسفية التي استخدمت مفهوم الخطاب ومنهجية تحليل الخطاب الأمر الذي أدى إلى عملية خلط وضبابية مفهوم الخطاب والأمس النظرية لمنهجية تحليل الخطاب واستخداماته، وفي هذا الباب سنناقش أبرز المذاهب التي تناولت تحليل الخطاب حيث سنتعرف عليها ومدى مساهمتها في مجال تحليل الخطاب عامة والخطاب الإعلامي خاصة.

ومن جهة أخرى، فقد أفردنا في الصفحات السابقة أبواباً خاصة للحدث عن الإعلام والإعلام العربي وأفردنا فصلاً كاملاً عن الخطاب الإعلامي من حيث أنماطه وإشكالياته وفلسفته، كما وتناولنا في الباب الثالث المذاهب والفلسفات الإعلامية لكي نعطي القارئ مقدمة عن المذاهب الإعلامية قبل أن ندخله في مذاهب الخطاب وعلاقته بالخطاب الإعلامي.

أجمع الباحثون أن مذاهب تحليل الخطاب تنحصر في المذاهب التالية:

أولاً: المذهب اللغوي في تحليل الخطاب.

ثانياً: مذهب ميشيل فوكو في تحليل الخطاب.

ثالثاً: مذهب التحليل السيميولوجي في تحليله للخطاب.

رابعاً: مذهب تحليل المحادثة.

خامساً: مذهب التحليل الثقافي وتحليل الخطاب.

سادساً: مذهب تحليل الخطاب الاجتماعي الإدراكي.

سابعاً: مذهب الدراسات الألمانية في تحليل الخطاب.

ثامناً: مذهب التحليل النقدي.

سنقوم بدراسة هذه المذاهب وعلاقتها مع الخطاب الإعلامي واحداً واحداً حتى نصل إلى أنه لا يوجد مذهب واحد أو وحيد لتحليل الخطاب وعلاقته بالخطاب الإعلامي، ومن هنا سنقوم بدراسة الإشكاليات ما بين هذه المذاهب نقاط الاختلاف ونقاط الاتفاق. إن هذه المذاهب أكدت على مبدأ تعددية مذاهب التحليل الخطاب، إن أردنا تحليل الخطاب الإعلامي لأي منتج إعلامي سيختار مذهباً واحداً فقط، وقد نختار كل هذه المذاهب ونطبقها على منتج إعلامي واحد، وعندما سنصل إلى أفضل الطرق المستخدمة والمناسبة لتحليل الخطاب الإعلامي، والآن سنقوم بدراسة كل مذهب على حدة.

مذهب التحليل اللغوي وعلاقته بالخطاب الإعلامي:

انبثقت مذهبية التحليل اللغوي على ضوء الأعمال الكبيرة التي قدمها عالم اللغة الشهير "فريدالددي سوسير" الذي وضع اللبنة الأساسية لمنهج البنيوية في دراسة اللغة والتي تم تحديثها بعد حين حيث انصببت على دراسة شكل من الأسلوب والنص والتطبيقات اللغوية في مجالات وسياقات أخرى مختلفة لعل أهمها المذاهب الأدبية الحديثة والمعاصرة والتي انطلقت من التعرف على تحليل الخطاب. وفي هذا السياق برز اتجاهان مهمان في حقل الدراسات الأسلوبية، أولهما: الاتجاه الأقرب إلى البلاغة، وثانيهما: علاقة التعبير بالفرد.

وتشير الدراسات الغربية والأبحاث إلى أن شارل بالي هو أول من أسس علم الأسلوبية اعتماداً على دراسات سوسير في اللغة الذي عرف هذا العلم بأنه الذي يبحث في لغة الناس جميعاً بما تعكسه من عواطف ومشاعر.

أي أن مصطلح الأسلوبية يعني بالبنط العريض هو لغة كل الناس من منطلق أن جميع الظواهر اللغوية بتصنيفاتها المختلفة يمكن أن توصلنا إلى أهم المميزات الأسلوبية في اللغة، لكن الباحثين الذين تتلمذوا على يد بالي حصروا الأسلوبية في حقل الدراسات الأدبية حيث قاموا بإخضاع الجوانب الجمالية لمذهبية التحليل اللغوي اعتماداً على مناهج نفسية وبنوية.

من جهة أخرى، فقد شدد سوسير على أن علم الأسلوبية يمثل المجال اللغوي كإبداع في الوقت الذي يعتبر علم اللغة بمثابة المجال اللغوي لتطور التاريخ، وكذلك ظهرت اتجاهات حديثة سلطت الضوء على شخصية المؤلف والتغذية الراجعة ما بين المؤلف والقارئ، كما وأهتم علماء اللغة منذ وقت طويل باللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام، حيث تم التركيز على الجمل والقواعد النحوية والبلاغية الخاصة باللغة الإعلامية، أو ما أطلق على تسميته بالخطاب الإعلامي والذي تتاولناه بالبحث والدراسة في الفصل السابق.

ومع ذلك وبالرغم من أهمية الدراسات اللغوية الكلاسيكية والأسلوبية، فقد وجه إليها انتقادات حادة ولاذعة بسبب تحيزها وتسلطها الضوء على اللغة والأسلوبية بعيداً عن السياق المجتمعي وعلاقات القوة داخل المجتمع، وهنا برزت الاتجاهات اللغوية الاجتماعية والتي اهتمت بدراسة اللغة الإعلامية من منطلق اجتماعي ثقافي، حيث كانت واضحة المعالم والرؤى، ففي الدراسات التي قام بها عالم اللغويات الاجتماعية "يل" والذي ركز على علاقات الارتباط بين الملامح اللغوية المتغيرة للسياق الاجتماعي، حيث توصل إلى درجة تبسيط نهايات الكلمات في لغة المذيعين تختلف فيما بين محطات الإذاعة في نيوزلندا وفقاً للمهن الرئيسة لجمهور المستمعين.

لقد سلطت دراسات تحليل الخطاب اللغوي الاجتماعي على النص بمطلقه سواء أكان مكتوباً أو منطوقاً وكذلك اهتمت بشكل النص وبنية وتنظيمه على كل مستويات علم الأصوات الكلامية والقواعد النحوية، أو ما عرف

"بالفونولوجية"^(١)، لكن مفهوم اللغة أوسع من ذلك حيث تشمل كل من القواعد النحوية وتركيب الجمل ومستويات تنظيم النص في مفاهيم خاصة فضلاً عن بيئة المناقشات العامة والتي تتجلى من خلال ما هو اجتماعي وسياسي والقواعد المؤسسية لممارسة الحوار.

السؤال الذي يطرح، ما الذي يريد أن يصل إليه تحليل الخطاب على ضوء مذهبية التحليل اللغوي؟ بمعنى لماذا أخذ هذا النص هذا الطريق ولم يسلك طريقاً آخر؟

تجيب الباحثة كوتس جينفر قائلة: "إن الإجابة عن هذا التساؤل تحتاج منا تحليل المستويات الخطابية التالية:

- ١- أن الخطاب يشكل من خلال الكلمة كما أنه يشكل الكلمة.
- ٢- اللغة تشكل الخطاب والخطاب يشكل اللغة.
- ٣- الممارسة تشكل الخطاب كما أن الخطاب يشكل الممارسة.
- ٤- الخطاب يشكل من قبل الخطاب السابق أي الخطاب الماضي والخطاب يشكل إمكانيات الخطاب المستقبل.
- ٥- الخطاب يشكل من خلال وسيطته، كما أن الخطاب يشكل إمكانيات هذه الوسيلة.
- ٦- الخطاب يشكل بواسطة غرضه كما أن الخطاب يشكل الأغراض الممكنة"^(٢).

لاحظنا أن هناك علاقة جدلية في هذه المستويات السابقة وهنا يبرز الاتجاه الفلسفي في تحليل الخطاب هذا وقد توصلت جينفر كوتس إلى أن الخطاب يتركز على الأُمس التالية:

- ١- اللغة والدراسات الأدبية.
- ٢- التعبير والاتصال.
- ٣- تخصصات أخرى متعددة.

من جهة ثانية، فقد توصل الباحثون في حقل اجتماعية اللغة إلى تطبيق منهجاً يمتاز بالمرونة يتمثل بما يلي:

- ١- انتقاء المتحدثين والظروف والمتغيرات اللغوية.
- ٢- جمع النصوص.
- ٣- التعرف على المتغيرات اللغوية ويداؤها في النصوص.
- ٤- الدراسات الإحصائية.
- ٥- تأويل النتائج.

إن المقترحات السابقة ساهمت في تطور الدراسات اللغوية وظهور التداولية كفرع علمي من مجموع العلوم اللغوية التي تختص بتحليل عمليات الكلام بصفة خاصة ووظائف الأقوال اللغة بصفة عامة، وهذا العلم الذي أخذ ينمو ويزدهر في العقود الثلاثة الماضية من خلال تنديته بتخصصات أهمها وأجلها الفلسفة، علم اللغة، الأنثروبولوجيا، علم النفس، الاجتماع.

متى ظهرت مذهبية اللغويات النقدية؟ تشير الدراسات إلى أنه في العقد السابع من القرن الماضي قام مجموعة من الباحثين بجامعة "إيست إنجلia" على عملية دمج وتآلف ما بين الدراسات اللغوية النظامية والدراسات اللغوية الاجتماعية والمناهج النقدية والدراسات السيمولوجية والتي انطلقت من تعدد وظائف النص وخاصة النص الإعلامي، فهناك الوظيفة الفكرية، ووظيفة تكوين الأفكار ووظيفة تصوير العلاقات والهويات الاجتماعية، كما وظهرت هذه المذهبية إلى النصوص «كنتاج لاختيارات من بين نظم الخيارات المتاحة من ناحية النحو وتعدد الكلمات.

إن مجال الخطاب ينحصر في العمليات الأيديولوجية والعمليات اللغوية مع وجود علاقة محددة ومقررة أصلاً بين هذين النوعين من العمليات ويشكل محدود يمكن أن تحمل الاختيارات اللغوية داخل النصوص معنى أيديولوجي، كما وركزت هذه المذهبية على عمليات الإقرار أو التقديم بمعنى طريقة عرض الأحداث، والوظيفة الفكرية أي المتعلقة بتقديم فكرة معينة^(١).

ثم يعرف السلطة بأنها مجموعة من علاقات القوى ضمن استراتيجيات محددة لكن قد تتفصل اللغة والمعرفة في الخطاب.

كما وشدد فوكو على مبدأ تجزئة الخطاب إلى خطابين أحدهما مقبول والآخر مرفوض بين الخطاب المسيطر والمسيطر عليه بل إن الخطاب حالة واحدة لا تقبل التجزئة والانقسام أو كمجموعة عناصر خطابية تستطيع أن تعمل في استراتيجيات مختلفة، وذلك لأن الخطاب عناصر أو كتل تكتيكية في حقل علاقات القوى، قد تكون هناك أشكال متباينة منها وحتى متناقضة داخل الاستراتيجية الواحدة نفسها وبالعكس يمكن أن تنتقل هذه الخطابات بين استراتيجيات متناقضة دون أن يتبدل شكلها^(١٧).

ويخلص الزواوي الذي قدام لنا هذه الصورة الرائعة عن أعمال ميشيل فوكو قائلاً: "إن الخطاب ليس فقط موضوعاً من الموضوعات كالمعرفة والسلطة والذات بل الحقل أو الميدان الذي منه تتشكل المعارف والسلطات والذات لذلك لا يمكن أن نقول أن هناك خطابات مقبولة وأخرى مرفوضة".

مرتكزات فوكو في السلطة:

تتخصر معتقدات فوكو في السلطة أو المعرفة على المراحل التالية:

- ١- السلطة مسؤولة عن صنع واقعنا الاجتماعي وعن الطرق المعنية التي يتشكل منها العالم، والتي يمكن المتحدث عنه بها مع استبعاد الطرق البديلة للتكوير أو الحديث، فالسلطة قوة منتجة ومقيدة في آن واحد وقد تهني كل من فوركلاو وموف موقف فوكو وأسمها عليه نظرية الخطاب وعلم النفس الخطابية بينما مدرسة التحليل النقدي وقفت موقفاً معارضاً.
- ٢- قرن فوكو ما بين المعرفة والسلطة ولذلك ارتبطت فوراً بالخطاب، حيث تسهم أو تلعب الخطابات بصفة رئيسية في إنتاج شخصيتنا كتابعين أو أدوات وأيضاً إنتاج الموضوعات أو الأهداف التي نستطيع أن نتعرف عليها.

٢- أثرت مفاهيم فوكو على السلطة من خلال تأثيره على تصوره للحقيقة من منطلق أنه لا يمكن التوصل إلى الحقيقة طالما أنه لا يمكن التحدث من موقع خارج الخطاب.

٤- ومن هنا فقد أحدثت أعمال فوكو تأثيرات معرفية ومنهجية واسعة، كما أشارت جدلًا واسع النطاق وخضعت لقراءات متعددة، فقد اختلف الباحثون حول تصنيف أعمال فوكو، منهم من اعتبرها أنها تدخل في سياق ما بعد الحداثة، بينما آخرون اعتبروها ما بعد البنيوية وفي هذا الصدد يقول نكسون أن فوكو أكد على الوجود الإنساني اعتماداً على أشكال المعرفة والخطابات التي تعمل من خلال اللغة، إن اللغة والخطابات تحدد الواقع، كما أن الخطاب يشكل هويتنا وسلوكنا، فالخطابات تحدد الحياة الاجتماعية من حولنا وتحدد من نحن وطريق حياتنا، إن الخطاب يشكل هويتنا وسلوكنا كما ينعكس حول السلطة.

وهناك باحثون أشاروا إلى أن قراءات فوكو ونقدها قد ساهمت في تطوير مفاهيم فوكو ولم تزد إلى إصابتها أو التقليل منها حيث كان من نتائجها توظيفها في مجالات تحليل الخطاب الإعلامي، ومن هنا نؤكد كما أكدنا في الصفحات السابقة أنه لا يوجد خطاب مهما كان نوعه إلا ويلجأ إلى مفاهيم فوكو لتحليل الخطاب وخاصة التحليل الكيفي لضمائم وسائل الإعلام بالرغم أن أعمال فوكو قليلة عن تحليل الخطاب الإعلامي والثقافة الشعبية.

مذهبية تحليل المحادثة والخطاب الإعلامي:

نشأة تحليل المحادثة: نشأت مذهبية تحليل المحادثة في العقد السادس في القرن الماضي في إطار نقد وتجديد علم الاجتماع الكلاسيكي حيث اقترح عالم الاجتماع الأمريكي هارولد جارفينكل الاهتمام بتحليل الأساليب التي يستخدمها الناس العاديون في حياتهم اليومية لتفسير أنشطتهم وجعلها مفهومة سواء لأنفسهم أو

لآخرين، وفي هذا الصدد صك جارفينكل مصطلح الأنثوميثودولجيا والذي يعني منهجية الجماعة أو بالأحرى منهجية دراسة الإدراك العام للجماعة (١٧)، هذا وقد نهضت الأنثوميثودولجيا على خلفية فلسفات متنوعة منها الفينومولوجيا، وفلسفة فيتجنشبين بالإضافة إلى كثير من اتجاهات ما بعد البنيوية وما بعد الحداثة، ولقد اهتمت الأنثوميثودولجيا باللغة والمعنى وبالطريقة التي يسهم بها حديثا في خلق واقعنا الاجتماعي وقد ظلت الأنثوميثودولجيا اتجاهاً مقبولاً للبحث لدى فئة من الباحثين إلا أن هذا الاتجاه أصبح جزءاً من قبل نظرية علم الاجتماع بفضل أعمال أنتوني جيرنرز.

ومن الملاحظات أن معظم الباحثين الذين استخدموا تحليل المحادثة أحجموا عن مناقشة الأطر النظرية المستخدمة أو الإجراءات المنهجية في أبحاثهم كما أن أغلب أبحاث تحليل المحادثة تجنبت الحديث عن الجوانب التطبيقية التي اعتمدت عليها تحليلاتهم، وهذا الأمر يؤدي إلى ارتباك القراء الذين اعتادوا إجراءات معينة في الأبحاث تقوم على الممارسات الخاصة بالعلوم الاجتماعية مثل الإطار المنهجي وأدوات التحليل^(١٨).

مآخذ الباحثين عمل بحوث تحليل المحادثة:

يجمع الباحثون في حقول العلوم الاجتماعية على أن بحوث تحليل المحادثة عليها عدة مآخذ وأهمها:

- أولاً: عدم تحديد الفروض أو الإجراءات المنهجية التي تضمن موضوعية البحث.
- ثانياً: بحوث تحليل المحادثة لا تهتم بوصف العينات التي خضعت للتحليل أو إجراءات التكويد ولا تستخدم الإحصاء.
- ثالثاً: يراجع القارئ تفاصيل المناقشة ووصف مسجل للتفاعلات التي عادة ما تكون شخصية ولكن بعض الأعمال الأولية لتحليل المحادثة تضمنت قدراً أكبر من الشرح لأهداف وإجراءات تحليل المحادثة مثل ما قام به سناكس

وشيفلوف عام ١٩٧٢ كما وقام ساكس ١٩٨٤ بجمع الكثير من الأعمال المنشورة حول منهجية تحليل المحادثة.

والسؤال الذي يطرح نفسه لماذا نجد صعوبة في تحليل المحادثة بشكل جيد؟ هناك عدة أسباب لكن أهم سبب في ذلك الإجراءات المستخدمة تكون كافية وتفصيلية بالنسبة لكل مادة على حدة، كما أنها أقرب ما تكون إلى مخطط للتحليل العقلي.

في ضوء ما تقدم يمكن القول إن تحليل المحادثة هو نوع خاص للتحليل يمكن استخدامه للوصول إلى نظام خاص للتعرف الواعي على الطرق التي يستخدمها أفراد المجتمع للتفاعل فيما بينهم^{٩٥}.

إن الهدف الرئيسي في بحوث تحليل المحادثة هو وصف وشرح العناصر التي يستخدمها عادة المتحدثون ويعتمدون عليها بالمشاركة الفعلية والتفاعل الاجتماعي المنظم بالإضافة إلى وصف العمليات التي ينتج به المتحاورون سلوكهم وفهمهم ويتعرفون من خلالها على سلوك الآخرين.

وفي هذا الصدد، يقول عالم الاجتماع الأمريكي جارفينكل أن الافتراض الرئيسي هو أن الأنشطة التي تنتج الاتصال والفهم تكون مسؤولة عن إنتاج ووضع عمليات عامة متفق عليها ولا يعني هذا أن تحليل المحادثة يركز على طبيعة أدوار وأهداف الأفراد المشاركين بالحوار، ولذلك فإن هناك مناهج في تحليل المحادثة تركز على ما يلي:

- ١- التحليل العام.
- ٢- التحليل الخاص أو التفصيلي الذي يسمح بتحليل أدق أو يهتم بالظروف المحلية وهو ما أطلق عليه ساكس المضمون الحر والمضمون الحساس أو المرفه.
- كما أسلفنا فإن أبحاث تحليل المحادثة لا تهتم بالمينات أو باستخدام الأدوات التي تستخدم في البحوث الاجتماعية كالمقابلات والنماذج والأدوات

الإمبريقية في البحث بل تركز على تسجيل المحادثة بالصوت أو بالصوت والصورة أو حتى تسجيل النصوص ككتابة.

ومن جهة أخرى، يؤكد باحث أن تحليل المادة المسجلة أغنى وأكثر دقة من كل البيانات التي تم جمعها من الناس أو عبر عينات، فتشريط الصوت والصورة يمكن الاستماع إليه أو مشاهدة أكثر من مرة أثناء التحليل، كما أنه يسجل تفاعلات الناس بشكل طبيعي كما هي في أرض الواقع أو في حياتهم اليومية، فالباحثون عادة يركزون على ما هو أساسي وواقعي^(٢٠).

أبرز الانتقادات التي وجهت لتحليل المحادثة:

أولاً: توجيه النقد لأصل التحليل وهدفه، فتفسير معاني كلام المشاركين ليس لديه نهاية أو لا يمكن أن يكون له نهاية واحدة، إذا تم تنظيم المحادثة. ثانياً: لم تتضمن بحوث تحليل المحادثة الأولى توضيحاً للتقارير والذي هو هدف البحث واستراتيجيته، وهذه النقطة عرضت أبحاث تحليل المحادثة للنقد العنيف دفعت بعض هذه الانتقادات إلى تطوير تحليل المحادثة وشجعت الباحثين على الاهتمام بالظروف المحيطة بالمحادثة.

بدايات تحليل المحادثة وأبرز أعلامها:

يسجل للباحث "هاري ساكس" أول من وضع قواعد تحليل المحادثة أو ما يعرف أحياناً بخطاب الحياة اليومية سواء أكانت أحاديث رسمية أو غير رسمية وبغض النظر عن طبيعة الاختلاف أو الاتفاق بين أطراف المحادثة اليومي، هذا وقد سلط كل من "هيرتاج وجربتباتش وهاتمبي" هذه القواعد لتحليل الأحاديث والحوارات في وسائل الإعلام المختلفة، فقد ركز هيرتاج على الصيغ التي يستخدمها من يقومون بإجراء الأحاديث ضمن نشرات الأخبار لتلخيص ما قاله المتحدثون، ويرى أن هذه الصيغ عبارة عن أداة تقنية أو فنية يستخدمها الذين يجرون الأحاديث المذيعون لإدارة تلك الأحاديث في نطاق القيود التي يضطرون للعمل في ظلها.

هيريتاج ركز كذلك على الصيغ التي يستخدمها من يقومون بإجراء الأحاديث من أجل نشرات الأخبار وفيما يلي أحد الأمثلة التي قدمها هيريتاج والتي توضح دور مقدمي البرامج أو المذيعين في إدارة توجيه المحادثة.

مندوب الأخبار: هل يسعدك أن يصبح الأمير تشارلز ملكاً لويلز؟

الرجل: إي يعني، تعلم أنني لا أهتم بمن يصبح ملكاً ومن لا يصبح ملكاً.

مندوب الأخبار: تعتقد أن هذا لن يمثل أي فرق بالنسبة لك؟

يلاحظ من الصيغة التي أنهى مندوب الأخبار أو المحاور اللقاء هي أداة منتشرة من جانب المندوبين الذين يجرون الأحاديث لتلخيص ما قاله المتحدثون حيث تتجه الصيغ نمطياً للتأكيد على نواح معينة مما قيل أكثر من أخرى، وكثيراً ما تزيد على ما قيل صراحة وتتحو باتجاه تقديم فهم خاص من جانب المذيع المحاور لكلام المتحدث، ويوضح المثال السابق ذلك، فالمتحدث لم يقل إن التغيير لن يحدث أي فرق بالنسبة له وإنما عبر ضمناً عن ذلك.

قيود العمل الإعلامي في المحادثة:

تتصدر قيود العمل الإعلامي في المحادثة على النحو التالي:

أولاً: وجد جمهور من المستمعين، فالصيغ وسيلة لإشراك الجمهور عن طريق توضيح ما يقوله المتحدثون واستنتاج المعاني الضمنية.

ثانياً: الحاجة إلى احتفاظ المذيع أو مندوب الأخبار بموقف من الحياد الرسمي، فالصيغ البديلة تمثل وسيلة خفية لتقييم ما يقال أو لزيادة الصعوبة أو سهولة الأسئلة بالنسبة للمستجدين المتحدثين أو لدفع الحديث باتجاه معين بدلاً من اتجاه آخر.

ثالثاً: وقت البرنامج أو تحديد الوقت المتاح للمتحدث.

رابعاً: قيد السياسة الخاصة بالمحطة الإذاعية أو التلفزيونية^(٣).

الفروقات ما بين كل من الأحاديث المقروءة والمذاعة والمتلفزة:

هناك اختلاف وفروق ما بين هذه الأحاديث كذلك بين الأهداف وأنواع كل حوار ولعل أهم الفروق أن التدخلات في الأحاديث المقروءة في الصحف والمجلات لا تظهر أمام المتلقين أو حتى أمام الباحث الذي يقوم بإجراء تحليل المحادثة، بينما تظهر هذه التدخلات بوضوح في الحوارات المذاعة بشكل رسمي مباشر في الإذاعة والتلفزيون مقارنة بمثيلاتها التي تسجل ثم تخضع للمونتاج ثم تذاع حيث يمكن إخفاء أو تحسين نوعية وحجم تدخلات المذيع.

من جهة هيريتاج أكد على أهمية الجانب المعياري للأحاديث الإخبارية أي الشق المشترك في هذه الأحاديث والمتمثل في قواعدها الإجرائية المفهومة ضمناً، ولكن الأحاديث ليست نوعاً موحداً، فهناك تنوع كبير فيما بينها من نواحي الشكل والمضمون، كما يمكن ملاحظة هذا التنوع تاريخياً، فمثلاً الأحاديث التي تجري في الخمسينيات تختلف عن التسعينيات كما يظهر هذا التنوع في الإذاعة المعاصرة حيث يتأثر الحديث بالوسيلة الإعلامية المستخدمة وتنوعية البرامج وبالأسلوب الخاص للمذيع أو المحاور^(٣).

ملاحظات على أعمال هيريتاج:

بالرغم من أهمية أعمال هيريتاج ومع ذلك لا يعني مجاملتها بل لا بد نقدها بسبب صعوبة التسليم بصحة الفرضية، وأبرز الانتقادات التي وجهت له تكمن في النقاط التالية:

- ١- لا يمكن التسليم بأن تدخلات المذيع أو مندوب الأخبار هي مجرد أدوات تقنية تفرضها قواعد العمل أو أن المذيع لديه مواقف وتحيزات أيديولوجية وأحياناً مواقف شخصية من الشخص أو الأشخاص الذين تجري معهم الحوار.
- ٢- كما أن استخلاصات وتدخل المذيع تعتبر عملاً أيديولوجياً من الطراز الأول سواءً اتفق أو اختلف مضمون هذا التدخل مع سياسة الوسيلة الإعلامية التي يعمل فيها المذيع.

ومن هنا يلاحظ أن بعض المذيعين في بعض الفضائيات العربية تحولوا إلى سلطة ذات استقلال نسبي عن سياسة الفضائيات التي يعملون بها، وإن هذه السلطة الصغيرة المستقلة نسبياً تمارس أشكالاً من القهر على شخصية الضيف المحاور مع ملاحظة أن مظاهر ودرجة هذا القهر تختلف بحسب أهمية شخصية الضيف.

كما وقد تبرز ملاحظة أخرى تتحصر في أن بعض المذيعين العرب في الفضائيات والإذاعات يستخلصون أحكاماً وآراء من إجابات المتحاورين تختلف بدرجة كبيرة وتتناقض أحياناً مع المواقف الحقيقية لهؤلاء الأشخاص، ولعل إجراء عدد من البحوث لتحليل المحادثة يكشف تفصيلاً عن آليات التدخل والتشويه والتحيز التي يمارسها المذيعون في برامج عربية شهيرة، في مقابل ذلك نجد من يركز على نقد سلوك أداء الأشخاص المتحاورين في البرامج الحوارية أو الإخبارية حيث يميل بعضهم إلى الإطالة والمراوغة أو تزيف الحقائق أو التدخل في طمس بعض الحقائق أو استخدام مقدرات تخرج عن آداب الحوار في الهجوم على الخصوم، وفي هذا الإطار يقول الباحث "جريت بانث" ١٩٨٦ أن إحدى القواعد الإجرائية لإجراء الأحاديث بطريقة معيارية هي ضرورة أن يقتصر المتحدث عن إجابة الأسئلة لكن بعض المتحاورين لا يطبق هذه القاعدة، فأحياناً يجيبون على السؤال بالحديث عن موضوعات خاصة بهم أولاً ثم يجيبون عن السؤال وأحياناً لا يجيبون على السؤال أو يقدمون إجابات غامضة.

خلاصة القول أن هناك اختلافات في معايير وقواعد إجراء الأحاديث نتيجة للتطور الزمني وإمكانيات وخصائص كل وسيلة إعلامية والأسلوب الخاص للشخص الذي يجري الحوار فضلاً عن طبيعة الحوار ونوع الحديث، وعودة إلى فيركلاو الذي يرى أن تحليل المحادثة قد أضاف مردوداً جيداً إلى اللغويات الوصفية من خلال دراسة عمليات توجيه الحوار والتحكم بالموضوع وصياغة الأفكار لكنه تجاهل الكثير من الجوانب التي يهتم به الوصف اللغوي، حيث يركز على التفاعل

أثناء الحوار، كذلك فإن تحليل المحادثة لم يهتم بربط خصائص اللغة والحوار بعلاقات القوة والأيدولوجية والقيم الثقافية داخل المجتمع. ومن هنا نقول وبالرغم من الانتقاد الموجه لتحليل المحادثة الآن الأخيرة حققت انتشاراً في السنوات الأخيرة بعد استخدامها على نطاق واسع في دراسات تحليل المحادثة والحوارات عبر شبكة الانترنت.

حصاد هذه القراءة:

يمكن حصر حصاد هذه القراءة في المحاور التالية:

- ♦ استراتيجيات المحادثة.
- ♦ تسجيل الشعور العام أو الإدراك العام في المحادثة.
- ♦ اختلافات حول عملية التفسير وحول ثبات النتائج مع اختلاف التحليل.
- ♦ جدل حول تأثير العوامل الاجتماعية للمشاركين في الحوارات بحسب نوعها وسياستها العام والخاص.
- ♦ الحوارات التي تجري في وسائل الإعلام تختلف عن تلك التي تدور في فصول الدراسة أو في العيادات الطبية والمحاكم.

من جهة أخرى، يرى بول تن هاف إن تحليل المحادثة هو توتر ما بين التفسير والتحليل أي حالة وسط ما بين التحليل والتفسير، فهو تفسير عندما يقوم الباحث بتفسير المعاني غير المتماثلة في كلام وأفعال الناس كما أن هناك جانباً آخر عند تحليل المحادثة، حيث يستخدم الباحث جهوده لعزل الوجوه المختلفة للحوار، واستخدام آليات وإجراءات معينة في عملية تحليل القضايا.

هذه القضية تبدو مثيرة للجدل وخاصة عبر تطور بحوث تحليل المحادثة منذ بدايتها حتى الآن عندما كان التحليل يعتمد على الكلام المكتوب فقط، أما الآن ومع الصوت والصورة وحركات الجسد وإيماءات الرأس، فإن العملية أكثر صعوبة كما وتزداد صعوبة مع تحليل المحادثة عبر الانترنت^(٣).

مذهبية التحليل الثقافي:

انطلقت هذه المذهبية من مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة بيرمنغهام في بريطانيا ١٩٦٤ إلا أن أصولها تعود إلى الأريمنيات من القرن الماضي ومن أبرز أعلامها الرموقين 'ريتشارد هوجارت' و 'توميسون' و 'ستيوارت هال' و 'ريموندوليمز' وتعتبر أعمال الأخير الأكثر أهمية في تاريخ المذهبية الثقافية حيث ربطت ما بين الثقافة والإعلام في إطار اهتمامها بتحليل معنى الثقافة وتحول الثقافة إلى سلعة تنتج وتوزع على نطاق واسع في ظل مجتمع السوق، ومن هنا ظهر مصطلح الثقافة الجماهيرية المادية وكيف أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري تلعب دوراً بالغ الأهمية في إنتاج وترويج الثقافة الجماهيرية وعلاقة ذلك بأسلوب الحياة والأيديولوجيا والوعي في المجتمع.

ما هي الأدوار التي تلعبها مذهبية التحليل الثقافي بالإعلام؟

إن الأبحاث التي تناولت تحليل الخطاب الإعلامي من زاوية تأثيره في خلق أو تغييب الوعي لدى الجمهور وكذلك دور الخطاب الإعلامي في عملية التفاعل الاجتماعي، وقد طور ستيوارت هال مفهوم الضمنية والتصريح والتعبير في اللغة، وأكد أن المعنى هو نتاج العملية الجدلية بين النص والقارئ في سياق اجتماعي وتاريخي معين وخلص إلى أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع، وإنما تقوم بإنتاجه عبر المعاني والاختيارات الأيديولوجية التي تنتجها وتروجها.

ومن جهة أخرى فقد تناولت الدراسات البريطانية الخطاب الإعلامي حيث ركزت على المساهمات العلمية للدراسات الثقافية المرتبطة بمركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة بيرمنغهام لاستكشاف الأثر الثقافي والاجتماعي للطرق التي تتطور بها حالياً الأنواع الإعلامية مثل الحديث الذي يجريه المذيع أو الدردشة.

وتقتبى هذه الدراسات ما أسماه ريموند ويليامز النظرة الثقافية للنوع الأدبي والإعلامي وهو تعبير عن الوعي أو أشكال من الوعي، وبالرغم من صعوبة الاتفاق على وجود مفهوم جامع مانع للدراسات الثقافية ومنهج التحليل الثقافي إلا أن ريموند

وليأمر يقول "نستطيع أن نصنع تعريفاً دقيقاً لها فهي الدراسات التي تعنى بدراسة وسائل الإعلام الجماهيري، وارتباطها بعلم الاجتماع والاتصالات، القصص الشعبية أو الموسيقى الشعبية.

ومن هنا فقد رصد رايموند ويليامز التحولات المتسارعة في وسائل الإعلام ومؤسسات وأشكال الثقافة الشعبية في الثمانينات من القرن الماضي ومن ثم التطور الذي لحق بالدراسات الثقافية وخاصة وأن الجمهور أصبح أكثر ارتباطاً واستهلاكاً لأشكال ومضامين الثقافة الشعبية ويرى رايموند أن المذهب الثقافي يمكن أن تكون مفيدة ومتميزة إذا قدمت نفسها باعتبارها نظرية تشمل كل ممارسات الفنون المتنوعة أو من ناحية أخرى كشكل من أشكال المذهب الاجتماعية تقترح نفسها أو تميل لأن تكون بديلاً بالرغم أنها يجب أن تكون دائماً ذات إسهام لتحليل اجتماعي وتاريخي أكثر عمومية.

ما الذي قدمته المذهب الثقافية؟

سعت المذهب الثقافية بشكل دؤوب لملاحقة التحولات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الاتصال والإنتاج الثقافي والغني إلى ظهور اتجاهات تربط بينها وبين تيارات ما بعد الحداثة، حيث يرى رايموند ويليامز أن زمن الحداثة الواعية في سبيله إلى الانقراض، لكن إذا حققنا إلى الوراء إلى العرض الذي قدمه التلفزيون خلال الفترة ما بين الستينات وأوائل السبعينات من القرن المنصرم لا يمكن أن ننقص ذات اللحظة التي أحس فيها بحوث الحداثة من حيث هو صدمة مباغتة أو تمزق في نسيج الخبرة بمعنى من المعاني، فإن رايموند ويليامز نظر إلى التلفزيون كموضوع سياسي يجمع ما بين الشعبية وتكنولوجيا ثقافية واحدة وفي رأيه إن الكثير مما ندعوه بعد الحداثي وإنما هو تكون حداثي^(٢٥).

ماذا يستفيد الخطاب الإعلامي من المذهب الثقافية؟

يقول فيركلاو إن الإعلام يستفيد من أبحاث المذهب الثقافية انطلاقاً من أبحاث "جوفمان" من خلال:

- ١- ككيفية مخاطبة المذيعين جمهورهم.
- ٢- يستفيد الإعلام من التوجه في تحليل الحادثة نحو بناء المعاني والعلاقات الاجتماعية في الحديث والتي طورها "هاليداي وموتجمري".
- ٣- حيث ميز وفرق موتجمري ما بين تحليل مادة الحكاكية أو القصة المذاعة وبين تحليل عرضها الخطابي للحكاكية أو القصة ذات الجوانب الروائية الناتجة عن تحويل رسالة خاصة إلى قصة عامة.
- ٤- كما ويفضي هذا لتحليل الجوانب الموجه نحو استقبال للقصة ويتم التفاوض بأن عناصر التوتر التي تنصف بها الثقافة الإعلامية وعلى سبيل المثال يتم التعبير بشكل محسوس عن التوتر ما بين الطبيعة العامة للمنتج الإعلامي والظروف الخاصة لاستقبال الإعلام.

من جهة أخرى، فإن المنهج الثقافي الشامل حلول الریط ما بین المتغيرات التي حدثت في الأنواع الإعلامية في الإذاعة والتلفزة وبين تطور مفهوم المجال العام والذي صاغه "هايرماس" وقصد به ساحة اللقاء والصراع ما بین الدولة والمجتمع المدني والميدان الذي يتوسط بينهما، وهذا المجال العام هو الإطار الذي يظهر فيه الرأي العام نتيجة الجوال والتفاهش والصراع ما بین طبقات المجتمع وبين المواطنين والدولة^(٣٥).

وبالمجمل فقد ناقش هايرماس في كتابه البنيوية والتحويلات في المجال العام وخاصة في ظل سيطرة الرأسمالية قائلاً إن هناك تفاعلات معقدة قد يلعب فيها الإعلام دوراً بارزاً من أجل تفعيل قدرات المجتمع المدني في مواجهة الدولة، وفي هذا الإطار مسمى ممثلو مذهبية التحليل الثقافي إلى مناقشة الأشكال المختلفة لبرامج الإذاعة ولغة الحوار الإذاعي في بناء المجال العام مع الاهتمام في آن واحد وبالتفاعل وبطريقة عرض المادة الإعلامية واستقبالها من قبل الجمهور، ومن أبرز الباحثين الذين تناولوا هذا الملف كذلك أندرو طولسون حيث قام بدراسة عن تطور أنواع

الحديث في البرامج التسجيلية والبرامج التي تستضيف متحدث، ويوضح طولسون أن التطور الشامل لطريقة إجراء الحديث يشير إلى تجزئة الجماهير المستمعة وتسمية الجمهور العام داخل المجال العام للإذاعة، كذلك أوضحت أبحاث طولسون أن تجارب الخلط ما بين الأشكال الإذاعية من أحاديث، منوعات، كوميديا، وبين الأنواع المرتبطة في صورة نصوص معقدة ومتداخلة يرتبط باتجاهات أوسع نطاقاً في مجال التغيير الثقافي^(٣٧).

بماذا تأثرت المذهبية الثقافية؟

لقد تأثرت الدراسات الثقافية بالفكر الماركسي الكلاسيكي وبلندارس النقدية خاصة مدرسة فرانكفورت، وكان لنظرية "التوسير" تأثير كبير على مناهج الدراسات الثقافية خاصة في مجال دراسات الإعلام والاتصال خلال السبعينات من القرن الماضي، وكان تحليل البحوث الثقافية قد انصب على ما يلي:

تحليل النصوص الإعلامية وليس إنتاج هذه النصوص واستقبالها حيث اعتبر الباحثون أن التأثير الأيديولوجي والمعتول للنصوص أمر مسلم به، ويتم التعامل مع المعاني كما لو كانت محدودة ويدون ازدواجية في النصوص ويتلخص دور الجمهور المستقبل في ازدواجية فك شيفرة المعاني وإدراكها على نحو سلبي أو ما يعرف بالملتقي السلبي من قبل الجمهور.

هذا ومن الجدير بالذكر أن أبحاث "التوسير" سلطت الضوء على وجود أيديولوجيات تسود المجتمع ويعني بها الرأسمالية والتي لا تترك مجالاً فعلياً لمقاومة فعالة بما يعني التسليم بفرضية الأيديولوجيا الرأسمالية المهيمنة والجمهور الملتقي السلبي للرسائل الإعلامية التي تجسد تلك الأيديولوجيا.

هذا خطاب دعائي يريد إثباته التوسير ولا يعني التسليم به، فالرأسمالية المتوحشة الآن تستخدم الأيديولوجيا المهيمنة والمسيطر لفرص اجتذبتها على العالم، لكن الاستسلام لهذه الأيديولوجيا أصبح بعيد المنال، فالعالم الآن يواجه مشاريع الرأسمالية المتفطرة بكل ما أوتي من قوة سواءً على مستوى

دول أمريكا اللاتينية أو على مستوى منطقتنا العربية والإسلامية كما أنه لا يسعنا إلا أن نذكر أن برامج الرأسمالية المتوحشة أصبحت تشكل خطراً عالمياً على مستقبل الكون كاملاً وهنا أتحدث عن الجوانب السلبية للدولة الثقافية والإعلامية.

لكن منذ السبعين خضعت وجهة نظر التوسير للنقد من نواحي مختلفة، وأهمها إمكانية مقاومة الرسائل الأيديولوجية المقدمة للشخص التابع أي حرية وفاعلية الأشخاص في رفض أو قبول تلك الرسائل أو تفسيرها بشكل خاص يتفق والخصوصية الثقافية والاجتماعية لكل فرد.

ومن هنا نقول إن المجموعة الإعلامية العاملة بمركز الدراسات الثقافية المعاصرة في بيرمنجهام بقيادة ستيفارت هيل ركزت على استقبال عملية النصوص الإعلامية وطبقاً لنظرية هال عن التشفير فإن المتلقين قادرين على تفسير أو تفكيك شفرات الرسائل بأكواد مختلفة عن الكود المتضمن أصلاً في نصوص الرسائل المقدمة إليهم عبر وسائل الإعلام وتتاول نظرية هال من بين أشياء أخرى ولكنها تركز على نظرية أنطونيمس جرامشي عن الهيمنة والتي تسبب قدراً معيناً من القوة أو الفاعلية لجميع المجموعات الاجتماعية فيما يتعلق بإنتاج المعنى والتفاوض بشأن تفسيره.

ومن هنا فإن هنالك إشكالية يطرحها رواد الدراسات الثقافية والعاملين في بحوث وتحليل الخطاب بأن فرضية الأيديولوجيا المهيمنة تقل من شأن قدرة الأفراد على المقاومة لهذه الأيديولوجيا، وفي المقابل تذهب بعض الإسهامات إلى المبالغة في قدرة وتقدير الأفراد على مقاومة الرسائل الإعلامية، وهذا رأي قد نشكك به ونحن نميل إلى أن الهيمنة الرأسمالية بالرغم من تداعيات غياب معسكر اليسار الأممي، وتقرّر الرأسمالية المتوحشة في السيطرة التامة على دول الجنوب أي العالم الثالث، ومن هنا فإن بعض محلي الخطاب يضعون في اعتبارهم الدور الذي تلعبه الملامح النصية في وضع حدود على كيفية فهم المتلقين للنص والتفاوض معه^(١٧).

المذهبية الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي:

انبثقت هذه المذهبية النقدية في تحليل الخطاب الإعلامي في إطار الجامعات الألمانية، وتميزت هذه المذهبية عن الفرنسية والبريطانية اهتمامها باللغة والبلاغة وبالاستراتيجيات الجدلية داخل الخطاب، وانقسمت هذه المذهبية إلى مدرستين:

الأولى: وتسمى بمدرسة ديوسيرج حيث ارتبطت بأعمال سيجموند بيجر والأخير تأثر بأعمال فوكو وبمدرسة فرانكفورت واللغويات النقدية، انطلقت أعمال "بيجر" في بداية التسعينات من القرن الماضي على نقد كل من البحث اللغوي الكلاسيكي والبحث الاجتماعي، فاللغويون كما يقول بيجر يركزون بحثهم بصفة رئيسية على النواحي الشكلية للغة دون الانتباه إلى مضمون النصوص والممارسة الخطابية والمحيط الاجتماعي والتقاليد للنصوص، كما وانتقد بيجر البحوث الاجتماعية الكيفية لافتقاره إلى نظرية وطريقة بحث لتأويل النصوص كما واعتمد على مقولات المذهبية الثقافية التاريخية التي أسسها عالم النفس الاجتماعي "فيجوتسكي" في تطوير نظرية تعيد تعريف العلاقة ما بين الفعل والتفكير والاتصال، الفرد والمجتمع.

ومن هنا فقد اعتبر بيجر على أن النصوص ليست شيئاً فردياً فقط وإنما تمثل شيئاً اجتماعياً؛ فالنصوص أجزاء من الخطاب وبالتالي فإن بيجر توافق مع فوكو باعتباره توافقاً ذا جذور تاريخية من النصوص والأحداث التي تشكل كل منهما المعرفة عبر الزمان.

أجزاء الخطاب عند بيجر:

يتكون الخطاب من نصوص وأجزاء من نصوص تتناول موضوعاً معيناً أو فكرة معينة ويشكل كل عدد من أجزاء النصوص سلسلة خطابية يمكن وضعها على مستوى خطابي واحد أو عدة مستويات خطابية وعلى سبيل المثال السياسة والتعليم والإعلام، وبالتالي تمثل السلاسل الخطابية المتعددة الخطاب البيئي الذي

يمكن تعريفه بأنه إجمالي مكافة الخطابات غير العلمية المتخصصة، أي إجمالي الخطاب الاجتماعي.

لقد اعتبر بيجر أن تحليل النص هو أول تحليل للخطاب إذا اعتبرنا أن النصوص هي أجزاء من خطاب تمتد الجذور الاجتماعية والتاريخية، ويؤكد بيجر إن تحليل الخطاب يهدف إلى فك الاشتباك ما بين النصوص المركزية في سلسلة خطابية ويمكن فهم العقد الخطابية على أنها نصوص رئيسية ومركزية والتي أشار إليها فوكو لأن هذه النصوص تشير إلى نصوص سابقة زمنياً في نفس السلسلة الخطابية أو تناقص مع خطابات أخرى.

بيجر أكد أن إجراءات تحليل الخطاب يجب أن تبقى كيفية، كما ونفى وجود وصفات أو إجراءات روتينية يمكن تطبيقها عالمياً عند تحليل الخطاب، لكن يجب أن يصمم تحليل الخطاب لكي يكون متفقاً مع اهتمامات البحث وأهدافه، ومضمون الخطاب محل التحليل، وفي ضوء ذلك يقترح بيجر أن يشمل تحليل الخطاب كلاً من البنية النكالية للخطاب وتحليل السياق اللفظي وغير اللفظي والتحليل اللغوي على المستوى الجزئي للنص وأخيراً التفسير النهائي والذي يسلط الضوء على تحليل الرسالة والجمهور المستهدف، الإطار الأيديولوجي والاجتماعي للخطاب، الملامح اللغوية لفهم الخطاب، الآثار المقصودة للخطاب.

ثانياً: مدرسة فيينا وارتبطت بأعمال أستاذ اللغويات التطبيقية "روث ووداك" وتعتبر من أشهر من يمارس الخطاب في إطار المذهبية الألمانية على المستوى العالمي في الدول الناطقة بالألمانية والفرنسية والإنجليزية، ويعتمد منهجها على تحليل الخطاب على الأبحاث اللغوية والاجتماعية وأعمال فرانكفورت وميشيل فوكو بالإضافة إلى الدراسات الثقافية "مستويات هال" ونظرية رأس المال الرمزي لعالم الاجتماع "بيير بورديو"، كما واستفاد "سوث ووداك" من أعمال عالم اللغة الألمانية "يوتس ماس" والذي أثرت أبحاثه في مجال دراسات الخطاب في الدول المتحدثة بالألمانية، ويعرف ماس الخطاب: "بأنه أشكال لغوية ترتبط بالممارسات الاجتماعية، ويجب بحثها من

نواحي التاريخ وعلم الاجتماع مع الاهتمام بالبعد البلاغي والتأويلي واستناداً إلى "ماس" فإن تحليل الخطاب يهدف إلى تسجيل كافة القواعد التي تشكل خطاباً، ويتم تعريف الخطاب هنا بأنه مجموعة من النصوص ذات الصلة اجتماعياً في مجال اجتماعي معين ويتعدد الهدف النهائي لتحليل الخطاب في إعادة بناء الطرق الخطابية التاريخية للتفكير.

تحليل الخطاب لدى ماس:

يتضمن تحليل الخطاب لدى ماس على النحو التالي:

- ١- تحديد مضمون موضوع الخطاب.
- ٢- وصف كيفية عرض المضمون أي التحليل اللغوي.
- ٣- تحليل معاني الرسالة في علاقتها بالسياق الاجتماعي والتاريخي.
- ٤- الربط ما بين الخطوات السابقة من أجل التوصل إلى استخلاصات عامة^(٢٣).

أما أبحاث "روث ووداك" فتميز بثلاثة مستويات من التحليل وعلى النحو

التالي:

- ١- المضمون.
- ٢- الاستراتيجيات الجدلية.
- ٣- الملامح اللغوية.

كما وتؤكد أبحاث "وداك" على أهمية البحث في تاريخ الخطابات من خلال منهج متعدد المستويات، ولذلك تجمع أعمال مدرسة فيينا بين التاريخي والكمي على مستوى الخطاب والممارسة الاجتماعية وبين التحليل التاريخي الكيفي على مستوى التحليل الكيفي على مستوى الجزئي النصي.

ومن جهة أخرى فقد قدم روي لينجر وهو أحد الباحثين المنتمين إلى مدرسة فيينا عرضاً شاملاً لمساهمات مدرسة فيينا حيث يعتقدون أن العنصر الرئيسي فيها هو ما تسميه هذه المدرسة منهج الخطاب التاريخي والذي يقوم بشكل منتظم على

استخدام كل المعلومات والبيانات المتاحة في تحليل وتفسير الخطاب علماً بأن هذه المعلومات والبيانات تمثل الخلفية الاجتماعية الثقافية الاقتصادية التاريخية لممارسة الخطاب، أي أن الخطاب لا يمكن تحليله بمعزل عن المجتمع والتاريخ وبهذا تكون هذه المدرسة قد عارضت اللغويات الكلاسيكية التي ركزت على اللغة بمعزل عن المجتمع والتاريخ، لكن مدرسة فيينا اهتمت بدراسة الأشكال اللغوية للخطابات الاجتماعية على المستوى الجزئي مع الاهتمام بتحليل تاريخ أصول نشأة الخطاب على المستوى الكلي ومثل هذا التعريف لقدرات وأهداف الخطاب أدى إلى إحداث توافقات ما بين "روث ووداك" مع نورمان فيركلاو على تعريف الخطاب على أنه "استخدام لغة في الحديث أي التخاطب والمكتابة كشكل من أشكال الممارسة الاجتماعية مع الإقرار بكون العلاقة ما بين الخطاب وسياقه الموقف والمؤسسي والاجتماعي علاقة جدلية.

ومن هنا فإن مدرسة فيينا تعتبر الخطاب عملية بحث في آثار الحضارة حيث يجب البحث في نشأة الخطابات من خلال تحليل المستويات حيث يستخدم منهج متعدد في طرق البحث، ولهذا الغرض تقوم مدرسة فيينا عادة بالجمع ما بين التحليل الكيفي والعلمي لمستوى الخطاب والممارسة الاجتماعية وبين التحليل على المستوى الجزئي النصي.

منهجية مجموعة فيينا في تحليل الخطاب:

أولاً: ضرورة فهم سياق النص والنصوص ذات الصلة.
ثانياً: المقارنة ما بين التقارير والبيانات والوقائع الحية.
ثالثاً: التفرقة في أبعاد التحليل من حيث الأبعاد الفاتحة من الخطاب والأبعاد المحيطة بالخطاب.

رابعاً: تحديد طريقة البحث والتصنيف، وذلك في عدة مستويات وفئات منها:

١- تعريف شكل ومضمون الخطاب.

- ٢- تحليل الاستراتيجيات والتقنيات الجدلية.
- ٣- توضيح الارتباط ما بين النتائج والملاحم اللغوية على المستوى الجزئي بالإضافة فإن بعض الملاحم المميزة الفروق على مستوى الاستراتيجيات التقنية الجدلية تؤدي إلى نوع من التصنيف أو التميز الثقافي الاجتماعي للخطاب.

وعودة إلى روث ووداك فمنهجيتها على عكس فوكو من التحليل النقدي للخطاب يهدف إلى الكشف عن عمليات استخدام اللغة لأليات القوة والميطرة السياسية والتلاعب بالسلطة أيضاً استخدام الاستراتيجيات التمييزية على أساس النوع أو العرق للقهر والاستبعاد، فالتحليل النقدي للخطاب مضطر للمشاركة في الحركات التحررية ويأخذ جانب الذين ينظرون للمعاناة تحت وطأة الظلم السياسي الاجتماعي. وأبرز الذين انتقدوا مدرسة فيينا رولينجر والذي اعتبر تعريف "ووداك للخطاب أقرب إلى الإعلان السياسي منه إلى التعريف العلمي لكنه تحقق في الدراسات المعاصرة لمدرسة فيينا، والتي تتناول الخطاب الإعلامي العنصري والتيار المعادي للسامية في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية في النمسا.

وقد كشفت نتائج هذه الدراسات أن الخطابات العنصرية والمتحيزة مسبقاً لها كثير من الملاحم الشكلية المشتركة رغم اختلاف مضمون تلك الخطابات وذلك طبقاً للمجموعات المعنية، وطلباً للمحيط الذي تظهر فيه بعض الإنجازات اللغوية، وبالتالي تصبح طريقة الخطاب التاريخية أداة لبيان التصريحات والتلميحات ذات التحيز المسبق الصريح أو الضمني في الخطابات التي تعمل ضد جماعات معينة.

الباحثة ووداك وآخرون استنتجت أنه يمكن استخدام منهج الخطاب التاريخي في الدراسات المشابهة لأن الهويات الوطنية تنتج ورماد إنتاجها في الخطابات على أساس أوجه الشبه وأوجه الاختلاف، وأيضاً لأن الهويات والصور الشخصية والصور الذاتية ما هي إلا إنشاءات خطابية تعتمد على النواحي السياقية والاجتماعية والسياسية.

وبالرغم من اهتمام روث ووداك ومدرسة فيينا بالبعد التاريخي للخطاب والاستراتيجيات الجدلية والملاحم اللغوية، إلا أن الطابع العام لتلك المدرسة يقترب من حقل اللغويات أكثر من حقل تحليل الخطاب الإعلامي، حيث تمنح وذاك الأولوية للتحليل اللغوي مع الاعتراف بأهمية النواحي التاريخية والاجتماعية، لكن حتى الجانب التاريخي للخطاب يصعب من الناحية المنهجية تحديده والتمامل معه. فالخطاب أي خطاب له جذور تاريخية قديمة وحديثة، ومن ثم تظهر إشكالية تحديد الحقبة التاريخية التي يجب على الباحث ربطها بالسياق المعاصر للخطاب.

أبرز الانتقادات التي وجهت لمدرسة فيينا:

١- انصبت أبرز الانتقادات لهذه المدرسة على المنهج المستخدم واستراتيجيات التحليل.

٢- تركيزها على الموقف السياسي وعرضها للنقد حيث اتهمت بالغموض المنهجي وعدم وضوح الإجراءات الخاصة بجمع المعلومات وصعوبة تطبيق الإرشادات المنهجية التي تقترحها هذه المذهبية على بعض أنواع النصوص.

المذهبية الاجتماعية الإدراكية وتحليل الخطاب الإعلامي:

انطلقت هذه المذهبية وانشقت من أبحاث البولندي فان ديك حيث سلط الضوء في أبحاثه على تحليل الأيديولوجيا والخطابين السياسي والإعلامي، حيث ربط ما بين الجوانب النحوية والتركيبيات اللغوية والمردية والإدراكية في دراسة النص واستخدم كذلك مناهج تحليل الخطاب، هذا وقد صنفت الأعمال التي قام بها فان ديك خلال السبعينات من القرن الماضي كأبرز الدراسات في مجال التحليل اللغوي الاجتماعي قبل تحوله إلى مجال تحليل الخطاب.

ومن هنا يسجل فان ديك بأنه أول من طالب بأن تقوم النظريات النصية وتحليل الخطاب الإعلامي الأخذ بالنصوص ذات الصلة بسياق النص، وأن تشمل تلك

النظريات والتحليلات يبدأ كميّاً وذلك من خلال السماح للمحلل باستنتاج خلاصة الواقع، وعليه فقد دعا ديك^{٥٢} إلى الجمع ما بين المؤشرات الكمية والكيفية في تحليل الخطاب، كما وتوسع في تحليل عينات كبيرة نسبياً من الأخبار والمواد الإعلامية.

يمتاز أسلوب الباحث فان ديك عند دراسته للخطاب الإعلامي بالنقاط

التالية:

أولاً: يوصف منهج خطاب أو تحليل الخطاب لفان ديك بالتكاملي التطوري وذلك من خلال تقديم نماذج للتحليل النصي على أساس منهج تطوري لدراسة النص من النواحي النحوية والتركيبيات الروائية.

ثانياً: أدخل مفهوم الفعل في منهجه لدراسة الجوانب النحوية في النص.

ثالثاً: اهتمامه بالخطابات المعقدة وذلك من خلال اهتمامه بالبنية الكلية للنص.

رابعاً: تطورت مجالات أبحاثه، ففي الثمانينات من القرن المنصرم اتسعت أبحاثه وشملت التكوينات الخطابية حيث سعى إلى تطبيق منهج منتظم لتحليل الخطابات الإعلامية مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف المستويات والأبعاد التي يجب إخضاعها للتحليل في المواد الإعلامية المختلفة وعلى رأسها التصميم الكلي للمطبوعة، التعبيرات البيانية، وارتفاع وانخفاض الصوت عند الكلام، المظاهر غير الكلامية، تركيبات الجمل، المفردات المختارة، الآليات البلاغية، الدلالات اللفظية^{٥٣}.

خامساً: في نهاية الثمانينات هدم فان ديك نظرية جديدة تتضمن عدة فروع علمية عن الأخبار في الصحافة وتبنى هذه النظرية لوصف وتحليل عملية إعادة إنتاج الأفكار المنحازة إثباتاً في وسائل الإعلام وسوء استخدام القوة وإعادة إنتاج عدم المساواة من خلال العمليات الأيديولوجية في المجتمع وعبير وسائل الإعلام.

سادساً: إن دراسات فان ديك تعتمد على جمع كمية كبيرة من البيانات ومجموعة متكاملة من النصوص تتناول موضوعاً معيناً وتهدف تلك الدراسات إلى

توضيح إلى أن الأبنية المجتمعية تؤسس وتتخذ الطابع الشرعي وتصبح مؤكدة أو مهددة بواسطة النصوص والأحداث الإعلامية.

سابعاً: اهتم ديك كذلك بالتنظيم الشامل للنصوص، بما يضمن التشفير المتناسك منطقياً لكل جزء من النص خاصة الجمل، فالإطار الأهم لدى ديك في الخطاب يرتبط بنظرية شاملة للعمليات الاجتماعية الإدراكية وأساس هذه النظرية هو افتراض اعتماد إنتاج واستقبال النصوص على النماذج والرسومات الخيالية الافتراضية الإدراكية التي يطلق عليها فإن ديك البيئات الفوقية، ويرى ديك كذلك أن هذه النماذج عبارة عن أيديولوجيات فردية وجماعية تمثل النصوص الإعلامية مركز تجمع ووسيلة إظهار لهذه النماذج الافتراضية الإدراكية، وتمثل هذه النماذج الافتراضية الحلقة المفقودة ما بين النص والمجتمع وبين الأبنية الخطائية والأبنية الاجتماعية، وتخضع هذه الأبنية دائماً للتأمل من خلال المساهمة البيئية بين الإدراك الشخصي والإدراك الاجتماعي وبالتالي يقترب علم دلالات الأنماط الخطائية وتطورها من نظريات الفعل الاجتماعي والنماذج الافتراضية الإدراكية، ومن هنا يبدو من المنطقي أن تكون الأشكال البنيوية والمعنى الكلي لنص إخباري غير تحكمي ويتأثر إلى حد كبير بإجراءات روتينية ومهنية للمحافظين في محيط مؤسسي من ناحية، وبالمعالجة الإدراكية الفعالة للنصوص الإخبارية من جانب كل من الصحفيين والقراء من ناحية أخرى.

ثامناً: إن منهج فإن ديك سلط الضوء على عمليات إنتاج وفهم الأخبار والنصوص الإعلامية والعلاقات ما بين فهم الممارسات الاجتماعية الأوسع نطاقاً في المجتمع.

مستويات تحليل الخطاب لدى فإن ديك:

لاحظنا مما سبق أن فإن ديك فرق ما بين مستويات تحليل النصوص وعليه يمكن إجمال أبرز هذه المستويات وبالمجمل فقد فرق ديك في ذلك بين مستويين اثنين:

أولاً: مستوى البيانات الكلية الموضوعية: وهي البيانات التي تعرف وتصنف على أساس الموضوع وعلى أساس دلالات الألفاظ وتؤسس البيانات الكلية الموضوعية على قدرتها في اختصار وتلخيص كل أنواع المعلومات بما في ذلك المعاومات المعقدة، ومن هنا فقد حدد ديك ثلاث قواعد لعمليات التلخيص:

- ١- حذف كل المعلومات غير ذات الصلة.
- ٢- التعميم الذي ينشئ مقترحاً كلياً عاماً عن طريق التجريدات من المقترحات الجزئية المختلفة.

- ٣- دمج المقترحات الجزئية لتكوين تسلسل معين وتستبدل بمقترح كلي جديد.

ثانياً: مستوى البيانات الفوقية التخطيطية والتي تعتبر معايير شكلية وتقوم هذه المعايير بالتنظيم الشامل للنصوص بواسطة علاقات وظيفية بين المقترحات الجزئية والكلية للنص وتحيل هذه العلاقات إلى اتباع قواعد مقررّة في الأنواع المختلفة من النصوص وتتضمن الفئات والقواعد الوظيفية.

والسؤال الذي يطرح نفسه بناءً على مفهوم ديك للبيانات الكلية والجزئية على ما ذا تركزت أبحاث ديك التجريبية؟

لقد تركزت هذه الأبحاث على تحليل الموضوعات والتماثل المنطقي والتركيبات الفكرية وأدوار الفاعل ودور وخلفية منتج النص والملاحم الأسلوبية للنصوص بالإضافة إلى التركيبات الروائية والجدلية.

كما ويعتقد فان ديك فإن المقالات الإخبارية تبنى وفقاً لمخطط إخباري معين يقوم على تحديد إنتاج واستقبال الأنباء، وفي هذا المخطط تصبح كل فئة جزءاً من تسلسل هرمي عام وتلعب كل فئة دوراً روائياً أو جدلياً أو الاثنين معاً في بناء المقال وتحقيق أهدافه.

الباحث برت ديلنجر: يعتقد أن دراسة ديك للتمييز العنصري في الصحافة تقدم منهجاً مفصلاً لتحليل الخطاب في مجال الدراسات الإعلامية خاصة وأن ديك

يركز على محتوى النص من وجهة نظر متعددة الفروع العلمية لدراسة اللغة، فعند استخدام تحليل الخطاب مع منهج تكاملي متعدد الفروع العلمية لدراسة اللغة يصبح أداة في يد الناقد لدراسة الاتصال في إطار سياقات اجتماعية ثقافية.

ويواصل ديلاجير تقييمه لأبحاث ديك قائلاً: "لبن الأعمال الأخيرة لفان ديك في اللغويات الاجتماعية تمثل انقلاً على نظريات ومناهج التحليل اللغوي حيث تركز على تحليل هياكل النصوص في إطار السياقات الإدراكية أو التاريخية أو الثقافية.

إن منهج فان ديك ينطلق من أهمية خاصة كما يقول ديلاجير أنه عند البدء بالتحليل الهيكلي يكون من الممكن وفقاً لمنهج ديك الاستمرار في التحليل عن طريق إنشاء علاقات مع سياق النص فنحن نهتم بالعمليات الفعلية لتلك الرموز، والتفسير والتخزين والتصوير في الذاكرة كما تهتم بدور المعارف السابقة ومعتقدات القراء في عملية الفهم المشار إليها الأمر الذي أكد على أهمية الجوانب الإدراكية، وجعل كثير من الباحثين يعتبرون أن الجوانب الإدراكية واللغوية هي أهم ما يميز منهج فان ديك في تحليل الخطاب.

الأيديولوجيا وعلاقتها بمنهج فان ديك:

تعتبر الأيديولوجيا أنساقاً معرفية ومخططات اجتماعية موجهة نحو هدف ما فإننا لن نختزلها في الأشكال الخاطئة للوعي، أو في الرؤية المحايدة للعالم كما في النظريات الاجتماعية الكلاسيكية، ومن هنا^(٣١) تعد الأيديولوجيا جملة المعتقدات والموقف المنتظمة في النسق الاجتماعي المشترك لجماعة أو ثقافة أو مجتمع.

وعلى ذلك فإن الأيديولوجيا تلعب دوراً جوهرياً في المنهجية التحليلية لفان ديك إذ يعتقد أن الأيديولوجيا أطر تفسيرية تقوم بتنظيم مجموعات من المواقف بشأن عناصر أخرى من عناصر المجتمع الحديث فالأيديولوجيات تمثل بالتالي الأساس الإدراكي لموقف الجماعات المختلفة داخل المجتمعات، مما تمثل وسيلة لتفسير أهدافها ومصالحها^(٣٢)، وعلاوة على ذلك ومعنى تم ربط الأيديولوجيا بالعنصرية وتبعاً

لفهم ديك تصبح آلة معرفية وبرنامج قاعدي يولد المواقف الجماعية التي تتحكم في علاقات الهمنة والتبعية، ومعنى ذلك أن الأيديولوجيا أو العنصرية أيديولوجياً نسقية للتفريق العرقي والتكوين الاجتماعي لترتيب الجماعات ارتكازاً على الخاصية الطبيعية المرسخة للامساواة والضامنة لمشروع التميز^(٣٢).

ومن هنا فإن "فان ديك" قدم مخطماً من العلاقات المتشابكة بين كل من المجتمع والإدراك والأيديولوجيات والخطاب، ويقوم هذا التفاعل داخل الهياكل الاجتماعية وعلى شكل النص أو الخطاب الذي يتسم إدراكه وفقاً لنظام الإدراك أو الذاكرة.

الأنماط الأساسية للمعرفة في رؤية ديك:

يتفاعل في إطار هذه الأيديولوجيا نمطان أساسيان للمعرفة هما، أولاً: المعرفة الشخصية المقترنة بالمعتقدات عن أوضاع محددة، علاوة على الأحداث التي تتمثلها في نماذج الذاكرة، وثانيهما: المعرفة الجماعية المتضمنة للمواقف والمعايير التي تتمثلها في الذاكرة الدلالية والاجتماعية، وعليه يتداخل الذاتي والمجتمعي في النظرة العنصرية للعالم الذي يعاد إنتاج نسقه ضمن بعد معرفي سلطوي^(٣٣).

ومن وجهة نظر فان ديك فإن صنف الذاكرة إلى ذاكرة قصيرة الأجل حيث تهتم في عملية استراتيجية تمثل في فك الرموز والتفسير بينما الذاكرة الطويلة وهي ثانيهما ذات الأجل تعمل على حفظ المعرفة الاجتماعية الثقافية التي تتضمن معرفة اللغة والخطاب والاتصال والأشخاص والمجموعات والأحداث الموجودة في صورة نصوص مكتوبة، كما تمكث المواقف الاجتماعية في الذاكرة الطويلة الأجل وتقدم مزيداً من الإشارات لفك رموز النصوص^(٣٤).

ومن هنا فإن هذه المواقف الاجتماعية تشمل مجموعة متنوعة من الأيديولوجيات التي تمتزج معاً لإنشاء الأيديولوجيات الشخصية الذاتية للفرد، والتي تتفق مع هوية الفرد والعلاقة ووضعه الاجتماعي وقيمه وموارده^(٣٥).

خلاصة نظرية فان ديك في الأيديولوجيا:

يتوافق فان ديك مع كل من وداك وكريس على الأقل ضمناً من منطلق أن ممارسة القوة في المجتمعات الحديثة والديمقراطية لم تعد تعتمد على الإكراه بالدرجة الأولى بل على الإقناع أن أصبحت عملية أيديولوجية تقوم على ما يطلق بالقوة الناعمة أو الإكراه الطوعي، وهي الفكرة التي كان المفكر الإيطالي أنطونيوس غرامشي أول ما تحدث عنها.

ركزت نظرية فان ديك على استخدام منهج بيني ثقافي "ينيقافي" أي مرقط، بين ثقافتين أو أكثر لتحليل الإعلام ويعتمد على التحليل المنتظم للضمنية، حيث إن الصحفيين ومستخدمي وسائل الإعلام الآخرين يملكون نماذج ذهنية بشأن العالم، وبالتالي يكون النص في الواقع مثل جبل ثلجي من المعلومات وقمة هذا الجبل هي فقط التي يعبر عنها ممأً بالكلمات وبالجمال، أما الباقي فيفترض أنه مكون من الصور المكتوبة المعرفية والنماذج المعرفية لمستخدمي وسائل الإعلام، وبالتالي يترك عادة دون الإفصاح عنه وبناءً على ذلك يصل ديك إلى أن تحليل المعنى الضمني مقيداً في دراسة الأيديولوجيات التي تشكل أساس النص وبكلمات أخرى يتضح أن منهج ديك أن هناك رسائل عديدة تبث من خلال نص وهيكل نشرة الأخبار التلفزيونية لكن ما نراه على السطح ما هو إلا قمة جبل الثلج.

أبرز الطقوس الإعلامية التي تستخدم في تحليل الأخبار كما يراها فان ديك:

إن اتباع طقوس معينة وإخفاء أخرى يعطي بُعداً للدراسات الإعلامية من

خلال ما يلي:

- ١- إعطاء رسائل مفهومة ضمناً.
- ٢- كانت هذه الرسائل في المرحلة السابقة لا تخضع للملاحظة والدراسة والآن بسبب انتشار الإذاعات الأجنبية من خلال تكنولوجيا الأقمار الصناعية واليوت المباشرة ففي معظم الثقافات الحديثة تأخذ نشرة الأخبار التلفزيونية

المالوفة شكلاً محدداً ربما ظل مستخدماً مع تعديلات طفيفة فقط لعدة عقود.

٣- ومن هنا فقد تعود الجمهور على نمط معين من إذاعة الأخبار عبر سنوات كثيرة حيث يميل بعض المذيعين والمستمعين إلى إقتال الرسائل التي تصاحب محتوى الأنباء، بعبارة أخرى يميل ترميز الأنباء التلفزيونية وفك رموزها من جانب الجمهور إلى اتخاذ شكل معين وذلك لدرجة تجعل كثير من الرسائل المتضمنة في الأسلوب الإذاعي وتمر دون إثارة الاهتمام بالنسبة لثقافة ما بينما تفسر تلك الرسائل بشكل مختلف وإساءة تفسيرها أو عدم فك رموزها من جانب ثقافة أخرى.

٤- يصبح لدى المذيعين والجمهور رغبة جامعة في التعرف على الأسلوب المؤلف الذي يطبع النشرة الإخبارية بنمط معين، ولكن اليوم ومن خلال توافر الإذاعات الدولية عبر الأقمار الصناعية ونظام الكوابل أصبح من الممكن التعرف في صعدة جمهور أجنبي من المشاهدين على كثير من تلك الصيغ المتبعة من الطقوس المعتادة والمفهومة ضمنيّاً وتحويل تلك الصيغ إلى ظواهر مرئية أي أن الجمهور المحلي أصبح بمقدوره الاستماع أو مشاهدة صيغ وأنماط جديدة من النشرات الإخبارية مما يفتح مجالات جديدة لإدراك وفهم المضامين الظاهرة والكامنة في الرسائل الإعلامية.

منهج فان ديك:

أولاً: يجمع أكبر عدد من الباحثين أن فان ديك ودراساته شكلت تأثيراً كبيراً على الأبحاث الحديثة في مجال تحليل النصوص الإعلامية والخطاب الإعلامي، ولعل أبرز إسهامات ديك هي إعادة الاعتبار للبحث المنظم والكمي الموسع للنصوص الإعلامية وسياقها الإدراكي والمجتمعي إضافة إلى تطويره نظرية تجمع ما بين تحليل النص وبين الاهتمام المتنامي بدراسات المستقبل وذلك عن طريق وصف أدق، فكيف تصنع القواعد النصية إطاراته لإنتاج واستقبال الأخبار.

ثانياً؛ تطرقه للجذور التاريخية والفلسفية لتحليل الخطاب، وفي هذا الصدد يؤكد ديك على ما يلي: "يمكن إرجاع تحليل الخطاب تاريخياً إلى البلاغة التقليدية، ففي الستينيات من القرن الماضي تم إدراك أن البلاغة الكلاسيكية لديها المزيد لتقدمه، فغرضت البلاغة بالبلاغة الجديدة أو "البلاغيون الجدد" وبدأت تلعب دوراً في تطوير التحليل التركيبي للخطاب، ففي الدراسات الأدبية تفهم البلاغة في أحيان كثيرة بمعنى أوسع باعتبارها العلم الذي يتناول كافة جوانب الكتابة أو المحادثة الإقناعية، وبهذا المعنى أصبح البلاغة الجديدة مطابقة تقريباً لجزء كبير على الأقل من تحليل الخطاب".

أبرز الانتقادات التي وجهت لمنهج ديك:

بالرغم من إجماع الباحثين على أهمية أبحاث فان ديك لتحليل الخطاب الإعلامي فإن هذا لا يعني وجود عيوب في منهجه ويمكن إجمال أبرز الانتقادات على النحو التالي:

- ١- التطبيق التجريبي.
- ٢- التركيز على التمثيل الاجتماعي ودور الأيديولوجيا في بناء وإدراك الخطاب.
- ٣- لا يأخذ منهج ديك نسيج الخطاب، أي ما يمكن أن يكون موضوعاً في الخطاب، وما لا يمكن قوله وذلك بهدف البعد عن أي درجة من درجات التأويل ويصفه عامة يلاحظ أن هناك عدداً محدداً من الأبحاث استخدمت الإطار النظري والمنهجي "فان ديك" ومن ثم لا يمكن الوثوق في الإمكانات التطبيقية لمساهمات "فان ديك" لكن لا يظلم فان ديك يجب الإقرار أن معظم الأطر النظرية والمنهجية في مجال تحليل الخطاب لم تستخدم على نطاق واسع وعبر ثقافات ومجتمعات مختلفة على المستوى الدولي، ومن هنا يرى الباحث فيركلاو أن ديك قام بتطوير نموذج لتحليل الأخبار المنشورة في الصحف بصيغة خاصة باعتباره خطاباً مكوناً من ثلاثة أبعاد هي النص، وممارسة الخطاب، والممارسات الاجتماعية الثقافية.

ويتوصل فيركلاو إلى أن أبحاث "ديك" مثل الدراسات السيميولوجية الاجتماعية أنجزت نقلة نوعية في تحليل النص وهو مجال اهتمام اللغويات إلى تحليل الخطاب، وفي هذا السياق تلعب الأيديولوجيا دوراً جوهرياً في المنهجية التحليلية لفان ديك من خلال ما يلي:

فالأيديولوجيا من وجهة نظره هي أطر تفسيرية تقوم بتنظيم المواقف وتعتبر أساساً للإدراك، واهتم ديك كذلك بقضايا التمييز العنصري في الصحافة سواء في إطار الثقافة الواحدة أو بين ثقافات متعددة، كما وركز على قضايا الإدراك متأثراً بأسلوب روبرت هيمسك عن الإدراك، حيث أشار إلى أن الصحفيين ومستخدمي وسائل الإعلام يملكون نماذج ذهنية بشأن العالم والشاهد أن "فان ديك" ركز على الخطاب الإعلامي المنشور في الصحف أكثر من بعض وسائل الإعلام الأخرى خاصة التلفزيون.

كما وركز ديك على التحليل اللغوي وأهمل كيفية بناء النصوص من خلال التكوينات والخطابات والأنواع الأدبية السابقة.

كذلك اهتم بممارسة صنع الأخبار واستقبالها باعتبارها عملية مستقرة تسهم في إعادة إنتاج علاقات الهيمنة وأيديولوجيات التمييز، غير أنه لم يهتم بتقوع وعدم تجانس تلك الممارسات إلا أن إسهاماته المهمة تمثلت في تحديد مفهوم وأبعاد التحليل النقدي للخطاب وعلاقته بالدراسات اللغوية وبالنظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت وإقراره بتعدد مجالاته وتنوعها ومن ثم ضرورة استخدام مناهج وأطر نظرية تكاملية.

مذهبية التحليل النقدي للخطاب الإعلامي:

تحدثنا في الصفحات السابقة عن مذاهب تحليل الخطاب حيث أشرنا إلى أكثر من مذهبية قامت بتحليل الخطاب بشكل عام، والخطاب الإعلامي بشكل خاص، وقلنا إن التوجه النقدي العام لنقد الخطاب لم يقتصر على مذهبية واحدة

وإنما ظهر هناك مساهمات كبيرة فعلى سبيل المثال ظهر ذلك في المذهبية الألمانية لتحليل الخطاب وبعض الاتجاهات الأصولية ضمن مذهبية التحليل اللغوي الاجتماعي، وهنا ظهر تيار استخدم المنهج النقدي في تحليل الخطاب باعتباره خلاصة الممارسات الاجتماعية والثقافية سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي ومن هنا فإن الخطاب الإعلامي احتل مكانة متميزة في هذه الممارسات الخطابية.

إلى من ينتمي أعضاء مذهبية التحليل النقدي للخطاب الإعلامي؟ عناصر الالتقاء بين أعضاء هذا التيار ذو التعددية الفكرية كانت بسبب اهتمامهم بمذهبية التحليل النقدي بعبارة أخرى قد تكون الصدفة هي التي جمعتهم رغم ما بينهم من اختلافات وخلافات مستعصية وعميقة.

بمن تأثر هؤلاء الباحثين؟

تشير الدراسات أن أعمال كل من أنطونيوس غرامشي وميشيل فوكو والتوسير فضلاً عن إسهامات مدرسة فرانكفورت قد أسهمت في شد انتباه هؤلاء الباحثين، ومن هنا يصعب تصنيف أعمالهم أو تحديد مرجعيتهم الفكرية، وفي هذا السياق سيكون تركيزنا على أبرز الأعمال التي قام بها أبرز دعائهم ومفكرهم نورمان فيركلاو حيث كان لأعماله مدى كبير في تحليل الخطاب الإعلامي.

من هو فيركلاو؟ لقد عرف بإسهاماته كعالم لغة إلا أنه انتقل إلى تحليل الخطاب حيث قدم إسهامات كبيرة وعلى رأسها تطوير نموذج للتحليل النقدي على كافة أشكال الخطاب بما فيها الخطاب الإعلامي، ومن هنا فقد قام فيركلاو بتوسيع مجال عمله في التحليل النقدي بحيث شمل كافة العلوم الاجتماعية.

ما هو تعريف الخطاب في هذه المذهبية؟ عرفت تحليل الخطاب بأنه تحليل للعلاقات الجدلية، بين الخطاب والسيمولوجيا والصور المرئية وكل عناصر الممارسة الاجتماعية.

ما هدف تحليل الخطاب من وجهة نظر فيركلاو؟ حيث أوضح أن الهدف من تحليل الخطاب يرمي إلى توضيح التنويرات في استخدام اللغة بحيث تعكس التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والتي ترتبط بعلاقات القوة والهيمنة في المجتمع ولذلك ناشد فيركلاو وعلماء الاجتماع إلى تجديد أفكارهم ومناهجهم وأدواتهم البحثية لدراسة الخطاب.

أهم أعمال فيركلاو في الخطاب الإعلامي:

قبل أن ندخل بأعمال فيركلاو لا بد وأن نشير كما أشرنا سابقاً إلى أنه تأثر بمذهبية اللغويات النقدية وبأعمال كل من فوكو وغرامشي عن الهيمنة والأيديولوجيا إضافة إلى تأثره بعالم الاجتماع الفرنسي 'بيريور ديو' ومن هنا فقد اتفق فيركلاو مع علماء اللغة ولو جزئياً في تعريف الخطاب.

على الرغم من تأكيدات أنه يختلف معهم، فالخطاب بالنسبة له هو اللغة المستخدمة لتمثيل مدرسة اجتماعية من وجهة نظر معينة، ويرى كذلك أن الخطابات تشكل وتعيد إنتاج الهويات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية وتمثل نظم للمعرفة ويعتبر كل خطاب جزءاً من نظام خطابي داخل المؤسسة أو مجال معين من مجالات المجتمع.

فيركلاو اعتبر أن استخدام كلمة خطاب في اللغة تعني الرغبة في البحث في هذا الموضوع مع الاستعانة بالرؤى العميقة التي أنتجتها المذهبية الاجتماعية وذلك باعتبار أن الخطاب هو أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، ومن هنا فإن استخدام اللغة كممارسة اجتماعية يعني ما يلي:

- ١- أن اللغة طريق للسلوك
- ٢- بالإضافة إلى أن اللغة طريق للسلوك ذات موقع اجتماعي وتأخي لها علاقة جدلية مع النواحي الاجتماعية الأخرى ويقصد بالعلاقة الجدلية أن اللغة

تشكل علاقة الشد بين هذين الجانبين من استخدام اللغة أي تشكيل اللغة اجتماعياً وتشكل المجتمع لغوياً بدل من تغليب جانب على آخر.

٢- إن استخدام اللغة في أي نص يؤدي دائماً وفي آن واحد إلى تكوين هويات اجتماعية، وعلاقات اجتماعية، ونظم من المعرفة والاعتقاد تُنظر على التوالي: الهويات والعلاقات والإقرارات، فأي نص يقدم مساهمته الصغيرة في تشكيل ملامح المجتمع وثقافته.

والسؤال الذي يطرح هل يتغلب التشكيل التقليدي أم التشكيل الإبداعي

في هذه العملية؟

يجيب فيركلاو قائلاً إن الأمر يتوقف على الظروف الاجتماعية وعلى

كيفية أداء اللغة ودورها في ظل تلك الظروف.

إن العلاقة ما بين أي حالة معينة من استخدام اللغة أي نص معين وبين أنماط الخطاب المتاحة قد تكون علاقة معقدة، وقد تكون إبداعية.

فيركلاو تناول كذلك أنظمة الخطاب واعتبرها أحد مجالات الهمنة الثقافية المحتملة حيث تتصارع المجموعات المسيطرة للتأكيد والاحتفاظ بتركيبة معينة داخل، وفيما بين أنظمة الخطاب المتاحة، وكما وفرق كلاو ما بين الأنماط الخطابية المكونة لأنظمة الخطاب وهما الأدبية والخطابية، وعلاوة على ذلك يضيف فيركلاو مؤكداً أن تحليل أي نمط من الأنماط الخطابية بما في ذلك الخطاب الإعلامي يستلزم منا التركيز على نقطتين أولهما الأحداث الاتصالية وثانيهما نص الخطاب.

حيث يهتم المحلل بنص معين مرتبط بأحداث اتصالية محدودة كالمقالة الافتتاحية في صحيفة ما، أو فيلم تسجيلي تلفزيوني ويركز الاحتمال دائماً في هذا المجال على الاستمرارية والتغيير، أي كيف يبدو هذا النص معيارياً بحيث يعكس أنماطاً وأشكالاً مألوفة وكيف يبدو هذا النص إبداعياً بحيث يستخدم موارده القديمة بطرق جديدة.

من ناحية أخرى، يهتم المحلل بالإطار العام أي التركيبة الكلية لنظام الخطاب وطريقة تطورها في سياق التغييرات الاجتماعية والثقافية، فالتركيز هنا مجموعة من الأنواع الأدبية والخطابات التي تشكل نظام الخطاب والعلاقات المتتلة بينهما وبين نظام هذا الخطاب وغيره من أنظمة الخطاب المجاورة له اجتماعياً.

فيركلاو شرح ماذا يعني تحليل الأحداث الاتصالية؟ حيث يقول إن التحليل النقدي للخطاب المتعلق بحدث اتصالي هو تحليل للعلاقات القائمة بين ثلاث أبعاد أو ملامح لذلك الحدث الذي يطلق عليه المصطلحات التالية نص، خطاب، ممارسة اجتماعية وثقافية، وقد تكون النصوص مكتوبة أو شفهية أو مرئية عبر التلفزيون، أما مصطلح ممارسة الخطاب فيقصد بها عمليات إنتاج النصوص واستهلاك النص، كما ويقصد بالممارسة الاجتماعية الثقافية التيارات الثقافية الاجتماعية السائدة والتي تشكل الحدث جزءاً منها.

أهم إنجازات فيركلاو:

يسجل ليفركلاو اهتمامه بعملية إنتاج واستهلاك النص في أن واحد أي أن ممارسة الخطاب لا تقتصر على إنتاج النصوص بل ترتبط أيضاً باستهلاكها أي باستقبال الجمهور وتفسيره للنصوص التي تكون الخطاب.

أهم الأفكار التي يريد أن يؤكد عليها كلاو:

إن الفكرة العامة التي يؤكد عليها فيركلاو هي أن العلاقة ما بين المؤسسات والممارسات الخطابية ليست علاقة بسيطة أو واضحة كما يعتقد البعض، فالمؤسسات المختلفة تتقاسم في النهاية ممارسات خطابية مشتركة ويمكن أن تكون ممارسة خطابية معينة وموزعة توزيعاً معقداً عبر مؤسسات عديدة، وعلى سبيل المثال، ربما تمتد جذور الإعلان في أنظمة الخطاب الخاصة بإنتاج وتوزيع السلع ولكن الإعلان أصبح أيضاً عنصراً في أنظمة الخطاب الخاصة بالمؤسسات المختلفة مثل التعليم والطب والفنون، لذلك يجب أن يهتم تحليل الخطاب دائماً بالعلاقات

والتفاعلات والتوطئات بين المؤسسات والمجالات الاجتماعية، وأنظمة الخطاب المتعلقة بها فيجب أن يكون هذا التحليل حساساً لرصد أوجه التشابه في التنظيم الاجتماعي والممارسات الخطابية فيما بين المؤسسات المختلفة.

وبالرغم من أن الإعلام يمثل حالة واضحة لمثل هذه العلاقات المرنّة إلا أن هذه الصفة منتشرة على نطاق واسع اجتماعياً، كذلك تجدر الإشارة إلى أن الخطاب الإعلامي قد يؤثر في تشكيلة أنظمة الخطاب المجاورة له اجتماعياً كما قد يتأثر بها أي أن العلاقة جدلية معقدة، وعلى سبيل المثال، تتمتع أشكال النصوص التلفزيونية بأهمية ثقافية كبيرة وتوجد هذه الأشكال كنماذج في العديد من المجالات العامة المتنوعة كالتعليم حيث نجد شكل الحديث الذي يتم إجراؤه مع شخصية معروفة في إحدى الصحف مستخدماً على نطاق واسع في مجال التعليم العالي في إطار الكتب التي تعرض لأفكار هذه الشخصية المشهورة كما نجد أيضاً بعض المجالات.

إن الخطاب الإعلامي يؤثر على ممارسات الخطاب في المجالات الخاصة حيث يقدم نماذج في المحادثات بين الأشخاص في الحياة الخاصة وفي الحياة اليومية وقد يكون من الصعب حل التشابك بين العلاقات الخارجية وبين أنظمة الخطاب من ناحية، ومن ناحية أخرى، وبين العلاقات الداخلية بين الخطابات والأنواع الأدبية داخل نظام الخطاب الإعلامي، ولكن التفرقة بينهما مهمة في حال تحليل أنظمة الخطاب، ومن هنا يقرر فيريكلو أن كل من العلاقات الخارجية والداخلية تتضمن علاقات اختيارية وعلاقات متسلسلة.

فمن ناحية العلاقات الخارجية تتعلق بكيفية يؤثر نظام الخطاب الإعلامي أو يستولي على الإمكانيات المتاحة في أنظمة الخطاب المجاورة من ناحية العلاقات البديلة المتاحة داخل نظام الخطاب الإعلامي والشروط التي تحكم الاختيار من بينها.

ومن هنا، فإن الممارسات الخطابية تختلف فيما بينها من حيث وظيفة كل منها في تقديم أشكال متباينة من الأنماط الرئيسية من الإنتاج الإعلامي، وهكذا

نجد ممارسات خطابية بالنسبة للأنباء والأفلام الوثائقية والدراما والفوازير والبرامج والمسلسلات التلفزيونية التي تعالج مشكلات الحياة الاجتماعية. وبالمثل نجد ممارسات خطابية مختلفة بالنسبة للأنباء المهمة والأنباء الثانوية والتعليق والمقالات الرئيسية في الصحف.

لم يكن فيركلاو بذلك بل صنف الممارسات الخطابية بحسب وظيفتها بحيث يمكن أن يتم على مستويات متنوعة ولكن توجد أيضاً بدائل بالنسبة لأي نوع من الناتج ويخضع اختيارها لشروط مختلفة ويضيف قائلاً: "لقد أشرت إلى العلاقات المتسلسلة حيث اقترحت إمكانية اعتبار الحدث الاتصالي في وسائل الإعلام كسلاسل من الأحداث الاتصالية وتكون هذه السلاسل داخلية في جزء منها عملية إنتاج النص داخل مؤسسة إعلامية تعتبر سلسلة من الأحداث الاتصالية وخارجية في جزء منها أيضاً، إن مصدر الأحداث الاتصالية يقع في أحد طرفي السلسلة خارج الوسيلة الإعلامية كما هو الحال بالنسبة للأحداث الاتصالية "المحادثات والمناقشات والتقارير التي قد تكون النصوص الإعلامية ذاتها مصدراً لها.

إن وصف نظام الخطاب في وسائل الإعلام يتعلق بتحديد ماهية الأحداث الاتصالية الداخلية والخارجية معاً والتي ترتبط بعلاقات متسلسلة كما يتعلق بتحديد أنواع التحولات التي تمر بها النصوص في انتقالها عبر حلقات هذه السلاسل وكيف تكون النصوص المبكرة في السلاسل مغروسة في النصوص اللاحقة بها، إن العلاقات الاختيارية والعلاقات المتسلسلة تلتنقي في نظام الخطاب إذ يجب تحديد علاقات الاختيار عند كل وصلة في السلسلة.

ويوضح فيركلاو أكثر من ذلك حيث يرى أن تحليل التقاص لنص معين يتعلق بفك وتشابك الأنواع الأدبية والخطابات الممزوجة في علاقات اختيارية في نظام الخطاب، كما يتعلق تحليل التقاص أيضاً بفك العلاقات أي كيف تؤدي التحولات التي تمر بها النصوص في انتقالها عبر السلاسل إلى ترك آثار من شأنها فسر علاقات داخل تلك النصوص.

كيف قرأ فيركلاو خصائص نظام الخطاب الإعلامي؟

حاول فيركلاو التوصل إلى أهم خصائص الخطاب الإعلامي حيث أوصى المحللين أن يتذكروا باستمرار سؤاليْن مهميْن قد تكون لهما إجابات مختلفة بالنسبة للأجزاء المختلفة بالنسبة للخطاب الإعلامي المعقد وهذين السؤالين هما:

أولاً: إلى أي مدى تكون الممارسات الخطابية الإعلامية أحادية وإلى أي مدى تكون متنوعة؟

ثانياً: إلى أي مدى تكون الممارسات الخطابية الإعلامية مستقرة الرأي وإلى أي مدى تكون قابلة للتغيير؟

فقد أجاب فيركلاو عنهما قائلاً: هذان السؤالان مرتبطان ببعضهما البعض، ففي المجتمع المستقر والمحافظة تكون الممارسة الخطابية أحادية ومستقرة، وهناك أيضاً ضغوط مؤسسية ومهنية تجاه الممارسات الخطابية الأحادية، فالأشكال القياسية الموحدة أو النمطية تقلل تكاليف الإنتاج، وتتفق مع توقعات جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين بينما تكون الممارسات الخطابية في المجتمع المستقر متنوعة وقابلة للتغيير.

ويضيف فيركلاو قائلاً: "إن مسألة القابلية للتنوع في الممارسات الخطابية من زاوية وجود عدد من البدائل المتاحة بالنسبة لنوع معين من الإنتاج الإعلامي مثل الفيلم الوثائقي التلفزيوني حيث توجد تلك القابلية للتنوع بين أفكار وصراعات سياسية وأيديولوجية واختلاف في الرأي المهني أو الفني ومحاولات لإرضاء أذواق مجموعات خاصة من الجماهير.

مسألة القابلية للتنوع تظهر في استهلاك النص من خلال نظام الخطاب الذي تستخدمه الجماهير للإقبال على النصوص الإعلامية وهل تتحدث الجماهير أو تكتسب عن هذه النصوص في حياتها الخاصة أم في المجالات العامة وما هي العوامل الاجتماعية ذات الصلة بهذا الاختيار؟ وفي هذا الصدد يؤكد كلاو على أن

الممارسات الخطابية الإعلامية المتغيرة وعلاقتها بالتغيرات الاجتماعية والثقافية الأوسع نطاقاً تمثل موضوع اهتمام خاص ويمكن فهم التغير باعتباره تغييراً في علاقات الاختيار أو العلاقات التسلسلية الخارجية والداخلية.

أنظمة الخطاب كما يراها فيركلاو:

يوصل فيركلاو حديثه عن أنظمة الخطاب، فقام بشرح نمط الخطاب الذي يستخدم للإشارة إلى تكوينات الأنواع الأدبية والخطابات المستقرة نسبياً داخل نظام الخطاب، إذ أن الأنواع الأدبية تحدث صيغ توافقية معينة مع الخطابات الأخرى، ولضرب مثالاً على "إذاعة الحزب السياسي" فقد تجمع هذه الإذاعة ما بين الخطبة السياسية وأجرامات حديث ومحاضرة لحادثة منزلية وكذلك ظهرت الدردشة كنمط خطابي مهم يجري في استوديوهات التلفزيون ويتضمن تأليفاً تركيبياً لعناصر المحادثة مع عناصر الترقية، ومن المهم هنا التعرف على أنماط الخطاب المتميزة التي ظهرت في أنماط الخطاب الإعلامي مثل الدردشة والمناقشة التلفزيونية.

كما وركز فيركلاو على فهم واستقرار أو عدم استقرار التوليفة التي تكون الأنماط الخطابية بحيث يمكن أن تتصور وسائل الإعلام لمجموعات مترابطة فيما بينها من أنظمة الخطاب الخاصة بالإذاعة والتلفزيون والصحافة تتميز كل منهما على الأخرى من نواحي مهمة نظراً لاختلاف تكنولوجيا الاتصال وطبيعة متطلبات الوسيلة الإعلامية ولكنها أيضاً تتشابه في نواحي معينة.

فحص الخطاب الإعلامي:

دعا فيركلاو إلى ضرورة فحص الخطاب الإعلامي بوصفه مجالاً للقوة والهيمنة والسيطرة الثقافية، ففي الماضي تم وصف وسائل الإعلام في أحيان كثيرة كما لو كانت تقع تحت سيطرة ممارسات واحدة مستقرة مفروضة من أعلى، وبالطبع لا ينطبق هذا الوصف على وسائل الإعلام المعاصرة رغم أنه قد يحمل بعض الحقيقة بالنسبة للملامح معينة من الممارسة الإعلامية، وكان هذا الوضع أكثر

انتظافاً منذ ٢٠ عاماً خلت حتى الآن حيث كان هذا الوصف يعني ضمناً وجود فلسفة إعلامية تحدد طبيعة نظام الخطاب الإعلامي، وأن هذه الفلسفة أصبحت غير مناسبة الآن فهذا لا يعني عدم نشوء مجالات القوة أو السيطرة فمن الصعب التسليم بأن وسائل بوصفها متعددة الممارسات بشكل كبير مع عدم وجود شبكة علاقات قوى تسيطر على النظام الإعلامي برمته.

إن هذه النظرة الفيركلاوية قد تؤيد فكرة نظام الخطاب الإعلامي الذي سبق تعريفها أو على الأقل تؤدي إلى إنشاء نموذج مختلف لنظام الخطاب الإعلامي باعتباره سيفسفاء من الممارسات لكن يصعب التسليم تماماً بفرضية أن وسائل الإعلام تعمل في إطار من الحريات والتنوع الثقافي والاجتماعي بل على العكس يرى فيركلاو أن هناك قدرأ من التنوع نتيجة تطور تكنولوجيا الاتصال، ولكن أيضاً يوجد شبكات من القوة والهيمنة داخل وسائل الإعلام.

كلاو وضع منهجاً يمكن اتباعه عن طريق التساؤل أي كيف يمكن أن يؤدي هذا التنوع والتعدد الإعلامي دوره داخل نظام من السيطرة؟

ومن هنا يريد كلاو أن تنتقل مباشرة إلى أنطونيوس غرامشي أو الهيمنة باعتبار نظريته القائمة على القوة والسيطرة تقوم بتحقيق الهيمنة من خلال تحقيق الموافقة الشعبية عليها بدلاً من الإكراه كما وتؤكد هذه النظرية على النواحي الثقافية للسيطرة والتي تنوقف على ترابط معين فيما بين الممارسات المتعددة. لذا فإن السؤال الذي يطرح حول نماذج الهيمنة هل تترابط الممارسات الخطابية المتنوعة فيما بينها داخل نظام الخطاب بطرق تؤدي في مجموعها إلى استدامة علاقات السيطرة وكيف تحقق ذلك؟

فصل الخطاب فيما يقوله كلاو:

إن فيركلاو يوافق على وجود المسلمات الخاصة بوجود آليات وشبكات للقوة والهيمنة على النظام الإعلامي إلا أن أشكال وآليات تلك السيطرة تختلف

كما لو كان يحدث في الماضي وهنا يستعيد كلاو مفهوم غرامشي عن الهيمنة الناعمة بدلاً من الهيمنة والسيطرة عبر الإكراه أي الهيمنة عبر التعدد والاختلاف الشكلي الثقافي الانتقائي والعلاقات ما بين أنظمة الخطاب الخاصة والعامة وكيفية تحديد العلاقات الداخلية والخارجية في أنظمة الخطاب والعلاقات الاختيارية والعلاقات المتسلسلة.

ومثل هذه الحالة تتفق ومفهوم كلاو للخطاب الإعلامي ودوره في المجتمع، فالخطاب الإعلامي يحمل أفكار للقوى الاجتماعية المسيطرة والمهيمنة اقتصادياً وسياسياً.

أبرز الانتقادات التي وجهت لتفسير كلاو:

لاحظنا أثناء دراستنا لكل من المذاهب الإعلامية من جهة والمناهية الخطابية من جهة أخرى أن هذه المذاهب لا تخلو من النقد ومن بين هذه المذاهب نظرية فيركلاو والتي انطلقت من مبادئ الدراسات النقدية، ويمكن إجمال أبرز الانتقادات التي وجهت لمنهج كلاو:

١- يعتمد منهج كلاو على التفكير النظري المجرد حيث لم يختبره على نحو جاد ولم يستخدمه سوى عدد محدود من البحوث والدراسات وهذا الوضع يختلف عن منهجية فوكو في تحليل الخطاب.

٢- من الصعب تطبيق منهج كلاو حيث يتطلب جهداً كبيراً ويلزم الباحث بإجراءات معقدة ويوصف غير محدد يصعب الاتفاق حولها مثل التحليل الاجتماعي.

هوامش الباب الرابع

هوامش الفصل الأول:

- ١- لسان العرب حرف ذ ه ب، ص ٢٩٢ - ٢٩٦.
- ٢- المنجد في اللغة والآداب والعلوم، ص ٢٩٢ - ٢٩٦.
- ٣- الإعلام له مذاهب، عبد اللطيف حمزقن ص ٢٨ - ٢٩.
- ٤- الاتصال بالجماهير بين الدعاية والتنمية، أحمد بدر ص ٣٠٧.
- ٥- مرجع سابق، ٩٩ - ١٠٠.
- ٦- مرجع سابق، ٣١٤ - ٣١٥.
- ٧- مرجع سابق، ومبادئ الاعلام، ص ٣١٨.
- ٨- الاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص ٣١٨.
- ٩- مرجع سابق، ص ١٢٢.
- ١٠- مرجع سابق، ص ١٢٣.
- ١١- التوازن ما بين مقتضيات التخطيط الإعلامي وحرية تداول المعلومات، ابراهيم امام مجلة المستقبل العربي، عدد ١٢، ص ٢٠٤.
- ١٢- حق الاتصال، محمد حسين طلال، ص ١٩١.
- ١٣- الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص ٢٥.
- ١٤- مرجع سابق، ص ٣٦.
- ١٥- مرجع سابق، ص ٣٧.

- ١٦- مرجع سابق، ص ٣٧.
- ١٧- مجلة تحديات عربية صادرة عن جامعة قابوس - عُمان، د. عبيد الشقصي، ص ١٣٥.
- ١٨- مرجع سابق، ص ٥٥ - ٥٦.
- ١٩- نظرية تأويل الخطاب وفائض النص ، مايول ريكور، ترجمة سمير الفاعلي، ص ٣٢ - ٣٣.
- ٢٠- مرجع سابق، ص ٥٧.
- ٢١- حصار الزمن ، حسن حنفي، ص ٦٤.
- ٢٢- نظريات تأويل الخطاب وفائض المعنى، بول ريكور، ص ٣٤ - ٤٣.
- ٢٣- صناعة الأخبار، جاي توجمان منقول عن تحليل الخطاب الإعلامي، ص ٦٠.
- ٢٤- الخطاب الإعلامي، تلسون فيرلكلاو، منقول عن شومان، تحليل الخطاب الإعلامي، ص ٢٢ - ٢٧.
- ٢٥- تحليل الخطاب الإعلامي، ص ٦١ - ٦٢.
- ٢٦- مرجع سابق، ص ٦٣ - ٦٤.
- ٢٧- مرجع سابق، ص ٦٦.
- ٢٨- مرجع سابق، ص ٦٦.
- ٢٩- مرجع سابق، ص ٦٧.
- ٣٠- مرجع سابق، ص ٦٨.
- ٣١- مرجع سابق، ص ٦٨.
- ٣٢- مرجع سابق، ص ٦٩.

٣٣- مرجع سابق، ص ٧٠.

هوامش الفصل الثاني:

- ١- تحليل الخطاب الإعلامي، ص ٢٧، مرجع سابق.
- ٢- مرجع سابق، ص ٢٧.
- ٣- بلاغة الخطاب وعلم النص، صلاح فضل، ص ٢٢.
- ٤- مرجع سابق، ص ٢٩، منقولاً عن حولي وفيكلا.
- ٥- مرجع سابق، ص ٤٠.
- ٦- مرجع سابق، ٤١.
- ٧- مرجع سابق، ٤٢ - ٤٥.
- ٨- مرجع سابق، ٤٥ - ٤٦.
- ٩- مرجع سابق، ١٢٧ - ١٢٨.
- ١٠- مفهوم الخطاب لدى ميشيل فوكو، مرجع سابق، ص ١٢٤ - ١٤٤.
- ١١- مرجع سابق، ص ٤٩ - ٥٠.
- ١٢- مرجع سابق، ص ١١١ - ١١٢.
- ١٣- النظريات العامة مناهج تحليل الخطاب، جوزيخمون وفيليبس، ص ٥١
منقول عن كتاب تحليل الخطاب الاعلامي.
- ١٤- مرجع سابق، مفهوم الخطاب لدى فوكو، ص ١١٨ - ١٢٠.
- ١٥- مرجع سابق، ص ٢٣١ - ٢٤٢.
- ١٦- مرجع سابق، ص ٣٧٨.
- ١٧- الخطاب والنص، وسائل الاعلام الدرونكسون، ص ٤٢١ - ٤٢٢.

- ١٨- الاتصال والاعلام، مرجع سابق، ص ٣٥.
 - ١٩- مرجع سابق، ص ٣٦.
 - ٢٠- مرجع سابق، ص ٣٧.
 - ٢١- مرجع سابق، ص ٣٧.
 - ٢٢- مجلة تحويّيات عربية صادرة عن جامعة قابوس ، عُمان، بقلم د. عبيد الشقصي، ص ١٢٥.
-

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربية:

- ١- القرآن الكريم.
- ٢- لسان العرب لابن منظور.
- ٣- المنجد.
- ٤- القاموس السياسي أحمد عطية الله.
- ٥- موسوعة السياسة، عبد الوهاب الكيالي، ج ١.
- ٦- حصاد الزمن، ج ١، د. حسن حنفي، منشورات الاختلاف، ٢٠٠٧.
- ٧- الفكر العربي وصراع الاضطراب، د. محمد جابر الأنصاري، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٩.
- ٨- الأسطورة، التراث، د. سيد القمني، المركز للمصري بحوث الحضار، ط ٣، ١٩٩٩.
- ٩- ملامح الفكر الفلسفي والديني في مدرسة الإسكندرية القديمة، د. حري عباس عطيتو، دار العلوم ١٩٩٢.
- ١٠- المعجم الفلسفي، مجموعة من الباحثين.
- ١١- الأسس العلمية لنظرية الإعلام، د. جيهان رشتي، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨.
- ١٢- الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، د. إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، ١٩٧٩.
- ١٣- الاتصال بالجمهور بين الإعلام والدعاية والتنمية، د. أحمد بدر، وكالة المطبوعات، الكويت ١٩٨٢.
- ١٤- الإعلام العربي واقعه وأبعاده ومستقبله، خالد رشيد علي الشبخلي، بلا دار نشر.
- ١٥- التنمية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، د. عواطف عبد الرحمن، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٧٨ سنة ١٩٨٤.

- ١٦- إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، د. محيي الدين عيد الحلبي، صادر عن وزارة الأوقاف القطرية سنة ١٩٩٨.
- ١٧- أصول البحث العلمي، د. أحمد بدر، وكالة المطبوعات، الطبعة الخامسة سنة ١٩٧٩.
- ١٨- قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي، محي كامل العبد الله وآخرون، المؤسسة العربية للنشر، ٢٠٠٧.
- ١٩- المدخل إلى وسائل الإعلام، د. عبد العزيز شرف، دار الكتاب المصري، ١٩٨٠.
- ٢٠- وسائل الإعلام، تأليف وارن أجي وآخرون ترجمة ميشيل تكللا، مكتبة الوعي العربي، سنة ١٩٨٢.
- ٢١- نقد الخطاب الديني، د. نصر حامد أبو زيد، المركز الثقافي العربي، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٧.
- ٢٢- التفكير العلمي، د. فؤاد زكريا، منشورات وزارة الثقافة الأردنية ٢٠٠٣.
- ٢٣- الأنماط الثقافية لعنف، باربرا ويتمر، ترجمة ممدوح يوسف عمران، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٢٢٧، ٢٠٠٧.
- ٢٤- اللغة والهوية، جون جوزيف، ترجمة د. عبد التور. عالم المعرفة، ٢٤٢، سنة ٢٠٠٧.
- ٢٥- حضريات المعرفة، ميشيل فوكو ترجمة سالم يقوت، المركز الثقافي العربي، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٥.
- ٢٦- الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، هيثم الصيني، دار أسامة للنشر، سنة ٢٠٠٧.
- ٢٧- الله والإنسان في القرآن، علم الدلالة القرآنية للعالم، توشيهيكو إيزوتسو، ترجمة د. هلال محمد الجهاد، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، نشر المنظمة العربية للنشر، ٢٠٠٧.
- ٢٨- مجلة الوحدة عدد ٣٢، ٢٤ حزيران، سنة ١٩٨٧.
- ٢٩- مجلة قضايا عربية صادرة عن جامعة قابوس في عمان سنة ٢٠٠٤.

- ٣٠- استراتيجيات الخطاب، عبد الهادي بن ظاهر الشهري دار الكتاب الجديد، الطبعة الأولى ٢٠٠٤.
- ٣١- حق الاتصال، منشورات وزارة الثقافة والإعلام العراقية "أعمال التدويع العربية لحق الاتصال"، ١٩٨١.
- ٣٢- تحديات عربية، مجلة دراسات عن جامعة قابوس في دولة عُمان سنة ٢٠٠٥.
- ٣٣- الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، د. صباح ياسين، مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٦.
- ٣٤- ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وقضاء الواقع، مؤلفون مشاركون، سلسلة مكتب المستقبل العربي رقم ٥٧ الصادر عن مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٨.
- ٣٥- تحليل الخطاب الإعلامي، د. محمد شومان، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٧.
- ٣٦- الإعلام له مذاهبه وتاريخه، د. عيد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي، ١٩٦٥.
- ٣٧- مدخل إلى علم الصحافة، د. فاروق أبو زيد، عالم الكتب ١٩٩٥.
- ٣٨- تحليل الخطاب العربي، أعمال المؤتمر العلمي الثالث، بحوث مختارة، ١٩٩٧.
- ٣٩- مفهوم الخطاب لدى ميشيل فوكو، ترجمة إبراهيم سبيلا، دار التنوير ٢٠٠٧.
- ٤٠- المدخل إلى العلوم السياسية، بطرس بطرس غالي، محمود خيرى عيسى، دار الأنجلو المصرية، ١٩٨٠.
- ٤١- العلاقات العامة، د. فخري جاسم وآخرون، بلا دار نشر، ١٩٨٠، جامعة بغداد.
- ٤٢- الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية نقدية، د. محمد عابد الجابري، الطبعة الرابعة، ١٩٩٢.
- ٤٣- إمبرتو إيكو، التأويل بين السيميائيات والتفكيكية، ترجمة سعيد بنجراد، بيروت، الدار البيضاء، المركز الثقافي ٢٠٠٤.
- ٤٤- بول ريكور، نظرية التأويل، الخطاب وفائض المعنى، ترجمة سعيد الغانمي، بيروت، الدار البيضاء، ٢٠٠٣.

- ٤٥- راييموند ويليامز، طرق الحداثة ضد المتواثمين الجدد، ترجمة فاروق عبد القادر، الكويت، عالم المعرفة، سنة ١٩٩٩.
- ٤٦- تحليل الخطاب من الوجهتين الوصفية والتاريخية، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر الكويت الدولي لتحليل الخطاب، الكويت، ٢٠٠٥.
- ٤٧- الخطاب لدى ميشيل فوكو، د. بغيرة الزواوي، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٠.
- ٤٨- بلاغة الخطاب وعلم النص، صلاح فضل، سلسلة عالم المعرفة، الكويت ١٩٩٢.
- ٤٩- علم الأسلوبية، صلاح فضل، الهيئة المصرية العامة للكتاب سنة ١٩٨٥.
- ٥٠- الخطاب الإعلامي العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام علي بن شويل القرية، ١٩٩٧.
- ٥١- أب الحوار، د. عبد العزيز الخياط، منشورات وزارة الثقافة الأردنية، ٢٠٠٧.
- ٥٢- سياسات الأديان، الصراعات وضرورات الإصلاح، نبيل عبد الفتاح، الهيئة العامة للكتاب، ٢٠٠٥.
- ٥٣- تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة، أحمد العاقد، دار الثقافة، الطبعة الأولى سنة ٢٠٠٢.
- ٥٤- الخطاب الشرعي، إدريس حمادي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ١٩٩٤.
- ٥٥- الأحكام في أصول الأحكام، علي بن محمد الأمدي، تحقيق سيد الجميلي، دار الكتاب العربي، ١٩٨٦.
- ٥٦- الكفاية في الجدل، الإمام الجويني، تحقيق د. فوقيه حسين محمد، القاهرة، ١٩٧٩.
- ٥٧- بحوث الإعلام، د. منير محمد حسين، الدار المصرية سنة ١٩٩٥.
- ٥٨- مجلة السياسة الدولية، عدد ٣، ص ١٩٠ - ١٩٥، العصب الحكومي، د. كمال متوفي.

- ٥٩- الأسس التقنية للخطاب العربي، ورقة عمل قدمت لمؤتمر تحليل الخطاب العربي، ١٩٩٧.
- ٦٠- التحليل السيميوطيقي للنص الشعري، ترجمة عبد الرحمن بن علي، جيرار دولاو دول.
- ٦١- الموافقات في أصول الشريعة، الإمام الشاطبي.
- ٦٢- السيمولوجيا، رولان بارت، ترجمة عبد السلام بن عبد العالي، دار توبقال للنشر، دار البيضاء، ١٩٩٠.
- ٦٣- الرمز والسلطة، بيير بورديو، ترجمة عبد السلام بن عبد العالي، دار توبقال للنشر، دار البيضاء، ١٩٩٠.
- ٦٤- المعرفة والسلطة، مدخل لقراءة فوكو، ترجمة سائل يفوت، المركز الثقافي العربي، ط١٩٨٧.
- ٦٥- جيولوجيا المعرفة، ميشيل فوكو، ترجمة أحمد السلطاني، وعبد السلام بن عبد العالي، دار توبقال، الدار البيضاء، سنة ١٩٨٨.
- ٦٦- فلسفة الدعاية الإسرائيلية: د. حامد ربيع، مركز الأبحاث الفلسطينية، بيروت، سنة ١٩٧٠.
- ٦٧- تقنيات الإقناع في الإعلام الجماهيري، د. فريال مهنا، دار طلاس للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٨٩.
- ٦٨- الفن ومذاهبه، د. شوقي ضيف، دار المعارف المصرية، سنة ١٩٦٥.
- ٦٩- موسوعة اللافتيات العالمية، وليم برانت.
- ٧٠- معجم الدراسات الأدبية.
- ٧١- معجم أوكسفورد عربي إنجليزي.

قائمة ببعض المراجع الأجنبية:

- 1- Alistaric Pennycook, critical applied linguistics, in a davies and C. Eldered, Handbook, of applied linguistics of ford, Blackwell 2002.
- 2- Andrew Tolson: mediation texand dicoure in media, studies, Edward aronold London, 1996.
- 3- Brett Delinger, critical analysis, Discourse www.cancritical.tri-pod.com, 1995.
- 4- Fairclough, Discourse, social theory and social research: the discourse of welfare, Journal of sociolinguist, 4, 200.
- 5- Fish man Jissica: Documenting Deth: photo Journalism and spectacles of the morbid in the tabloid and Elit news paper 2001.
- 6- Gaye Tuchman: Making news, New York, Free press, 1987.
- 7- Habermas, Jurgan: the structure Trans formation of the Public sphere: an inquiry into acategory of Bourgeois society. Trans. Thom Burger: 1962, Cambridge Press, 1989.
- 8- Hall, Stuart, culture, the medial and the Idrological Effect in Jams currand and Michael Gurev and Janet Woolacott Edd: Mass Communication and Society, Lond 1997.
- 9- Kress, Gunter and Tiodge Robert Language as Ideology, London, Rutledye and kegan Paul, 1979.

ملحق بالمصطلحات التي وردت في الدراسة:

- ١- استراتيجية: تعني علم وفن ووضع الخطط العامة المدروسة بعناية، أصلها يوناني وأول من استخدمها كلاوفيتز في القرن التاسع عشر.
- ٢- الاشتراكية الطوباوية: نظرية تدعو إلى بناء مجتمعي إنساني سعيد يقوم على الملكية الجماعية والتساوي في توزيع المنتجات والعمل الإلزامي لشكل أعضاء المجتمع، والطوباوية تعني الخيالية.
- ٣- أيديولوجيا: كلمة لاتينية استخدمها الفيلسوف الفرنسي "دي تراس" لأول مرة في القرن التاسع عشر بمعنى علم الأفكار.

- ٤- الثقافة: الإرث الاجتماعي ومحصلة النشاط المعنوي والمادي للمجتمع ويتكون من الشق المعنوي من حصيلة النتاج الذهني والروحي والفكري والأدبي والقيمي، ويتجسد في الرموز والأفكار والمفاهيم والنظم وسلم القيم والحس الجمالي، والشق الثاني يتكون من مجمل النتاج الاقتصادي والتقني كالأدوات والآلات والبيوت وأماكن العمل والسلاح والإطار الاجتماعي الذي يتحقق من خلال هذا الإرث المستمر والمتطور من جيل إلى آخر فهو المؤسسات والطقوس والجماعات وأنماط التنظيم الاجتماعي.
- ٥- ثقافة جماهيرية: مجمل التأثير والتوجيه الفكرية والإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام بشتى أنواعها.
- الثورة: تغييرات فجائية وجذرية تتم بالطرق الاجتماعية والسياسية أي عندما يتم تغيير حكم قائم في النظام الاجتماعي والقانوني المصاحب له بصورة فجائية وأحياناً عنيفاً جداً.
- ٦- البيان الشيوعي: النداء الذي وجهه كل من كارل ماركس وفريدريك إنجلز إلى الطبقة العاملة في العالم من مدينة بروكسل عام ١٨٤٧ بعد أن تم إبعادهما عن باريس بسبب نشاطهما السياسي وما إن صدر هذا البيان حتى نشبت الثورة الفرنسية ١٨٤٨.
- ٧- اتجاه: موقف الفكر كما يرتضيه لنفسه إزاء مشكلة ما، فيقال مثلاً الاتجاه البراجماتي الإلثية: مذهب يقول بمبدأين يديران العالم أو يديره أحدهما ويفسره الآخر والإلثية هي كون الطبيعة ذات وحدتين ويقابلها كون الطبيعة ذات وحدة أو وحدات.
- ٨- اجتماع الضدين: الصراع يقوم في طيات العاطفة نفسها.
- ٩- إجماع: اتفاق البشر على قضية لأن صدقها واضح بالضرورة.
- ١٠- إدراك: إحاطة الشيء بكماله أو هو حصول الصورة عند النفس التاطقة أو تمثيل حقيقة الشيء وحده من غير حكم عليه بنفي أو إثبات ويسمى تصوراً ومع الحكم بأحدهما يسمى تصديقاً.
- ١١- توافق: توافق وانطباق بمعنى واحد.

- ١٢- توافق: التكيف على الإطلاق، ولكن يحسن قصره على نوع من التكيف الاجتماعي.
- ١٣- الحتمية: ظهر هذا التفتك في الفلسفة الألمانية في النصف الأول من القرن التاسع عشر، ولها ثلاث مداليل أولهما: المادي ويغير جملة الشروط التي تعين حدوث ظاهرة من الظواهر، وثانيهما: المدلول المجرد أي جملة العلل والمعلولات المترابطة ترابطاً ضرورياً، وثالثهما: الصورة العلمية للنظرة الحتمية هي بقاء الطاقة بمعنى أن الطاقة باقية خلال تحولات المادة بحيث تكون كل ظاهرة صورة جديدة لطاقة سابقة.
- ١٤- زمكان: كل واقعة توجد في الزمان والمكان معاً ولا يمكن فصل أحدهما عن الآخر.
- ١٥- سلطة: القدرة على إصدار الأمر والتنفيذ.
- ١٦- سلوك: مجموعة الاستجابات لما يحيط بالفرد من ظروف.
- ١٧- العنف: استخدام القوة استخداماً غير مشروع أو غير مطابق للقانون.
- ١٨- الغنوصية: لفظ يوناني يفيد العلم بلا واسطة ويطلق على نزعة فلسفية دينية تهدف إلى إدراك كلفة الأسرار الربانية.
- ١٩- شوغاه: جماعة غير منظمة تسلك تحت سيطرة الإحياء والانفعال.
- ٢٠- هوضوية: مذهب ينادي بإلغاء الرقابة النيابية داخل المجتمع مقرر أن الدولة أكبر أعداء الفرد وأن إلغائها قضاء على الآفات والشرور الإنسانية.
- الناطق: من له عقل فيقال الإنسان حيوان ناطق.
- ٢١- فلسفة الهوية: فلسفة تقرر أن الفعكر والوجود أو الروح والطبيعة صادران بكلاهما عن مبدأ أعلى هو أحدهما ولا الآخر ولكنه يصير الواحد الآخر.
- ٢٢- البنيوية: ظهرت البنيوية في القرن السادس عشر على يد فيردينالد دوسوسير وهي طريقة وصفية في قراءة النص الأدبي تستند إلى الفك والتركيب، كما أنها لا تهتم بالمضمون المباشر، بل تركز على شكل المضمون وعناصره وبناء التي تشكل نمطية النص في اختلافاته وثاقفاته.

المحتوى

المقدمة - - - - - ٢

الباب الأول..... ٧

- ٧ - الفصل الأول- الأبحاث الإعلامية مفهومها وأهميتها - - ٧
- ٨ - أهمية بحوث الإعلام والاتصال - - - - - ٨
- ١٢ - ما هي بحوث الإعلام؟ - - - - - ١٢
- ١٤ - خلاصة القول في الأبحاث الإعلامية - - - - - ١٤
- ١٧ - الفصل الثاني- الأبحاث العلمية - - - - - ١٧
- ١٨ - أولاً- الفهم القاصر لوظيفة البحث العلمي - - - - - ١٨
- ١٩ - ثانياً- تقيد البحث العلمي - - - - - ١٩
- ١٩ - ثالثاً- الاستخفاف بالبحث العلمي - - - - - ١٩
- ١٩ - رابعاً- التقدير الزائد عن الحد للعلماء - - - - - ١٩
- ٢٠ - خامساً- اختلاف التقضيلات بين النوعيات المختلفة للبحوث - - ٢٠
- ٢١ - أهم المشاكل التي تواجه البحوث الإعلامية في الدول النامية - - - ٢١

- أولاً - التباعد الفكري ما بين الباحث والمخطوط - - - - - ٢٢
- ثانياً - قلة الاهتمام بالمشكلات العملية - - - - - ٢٤
- ثالثاً - ضعف التمويل - - - - - ٢٤
- مدى تشابه مشكلات بحوث الإعلام في الدول النامية - - - - - ٢٦
- مشكلات البحوث الإعلامية في الدول المتقدمة - - - - - ٢٦
- تطور الأبحاث الإعلامية في الدول المتقدمة - - - - - ٣٠
- أهم الاتجاهات التي انبثقت منها الأبحاث الإعلامية الأمريكية - - - - - ٣١
- أولاً - الاتجاه الفلسفي النظري - - - - - ٣١
- نتائج ثورة الطباعة على المجتمع الغربي - - - - - ٣٢
- الفصل الثالث - تطبيق أساليب البحث الحديثة في مجال الاتصال**
- - - - - ٣٧
- اتجاهات الأبحاث العلمية - - - - - ٤٣
- أولاً - الاتجاه السياسي - - - - - ٤٣
- مميزات الأبحاث الإعلامية - - - - - ٤٦
- تطور الأبحاث الإعلامية في مصر - - - - - ٥١
- شبهات حول مراكز الأبحاث الأجنبية - - - - - ٥٦
- الفصل الرابع - أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام** - ٥٩
- وأهم البحوث المسحية التي تهتمنا في مجال البحث الإعلامي - - - - - ٦٠

٦١	- - - - -	"دراسات تحليل المضمون"
٦٤	- - - - -	أهمية تحليل المضمون
٦٥	- - - - -	المنهج التكاملي لتحليل المضمون
٦٦	- - - - -	الخصائص التي تميز بها تحليل المضمون
٦٨	- - - - -	تحليل المضمون في المجال الاستخباراتي
٦٩	- - - - -	أبعاد الاتجاهات ونوعية المضمون
٧١	- - - - -	محددات تحليل المضمون
٧٤	- - - - -	بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها في المجالات الإعلامية والاستخباراتية
٧٥	- - - - -	أهداف دراسات تحليل المضمون
٧٧	- - - - -	الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون في البحوث الإعلامية
٨٤	- - - - -	تحديد وحدات تحليل المضمون
٨٧	- - - - -	"تحديد حجم العينة"
٨٧	- - - - -	انتخاب العينات
٨٩	- - - - -	تصنيف المضمون الإعلامي
٩٠	- - - - -	محددات التصنيف للمضمون الإعلامي
٩٠	- - - - -	التسجيل والإحصاء والتحليل
٩١	- - - - -	أهم مراحل البحث الإعلامي في تحليل المضمون
٩٢	- - - - -	أنواع التحيز

هوامش الباب الأول - - - - - ٩٥

الباب الثاني.... ٩٩

٩٩	- - - - -	الفصل الأول - مفهوم تحليل الخطاب
١٠١	- - - - -	تعريف الخطاب من وجهة نظر التراث الغربي
١٠٣	- - - - -	الفصل الثاني - إشكاليات تعريف الخطاب
١١٣	- - - - -	الفصل الثالث - أنواع الخطاب
١١٣	- - - - -	أولهما - الخطاب الديني
١١٤	- - - - -	ثانياً - الخطاب الفلسفي
١١٥	- - - - -	ثالثاً - الخطاب الأخلاقي
١١٥	- - - - -	رابعاً - الخطاب القانوني
١١٦	- - - - -	خامساً - الخطاب التاريخي
١١٦	- - - - -	سادساً - الخطاب الاجتماعي والسياسي
١١٧	- - - - -	سابعاً - الخطاب الأدبي والفني
١١٧	- - - - -	ثامناً - الخطاب الإعلامي والمعلوماتي
١١٨	- - - - -	الخطاب العلمي المنطقي
١١٩	- - - - -	مناهج تحليل الخطاب
١٢٠	- - - - -	المشهد الخطابي

١٢٣	- - - - -	أبعاد الخطاب
١٢٥	- - - - -	العلاقة ما بين تحليل الخطاب وتحليل المضمون
١٣١	- - - - -	هوامش الباب الثاني

الباب الثالث... ١٣٢

١٣٣	- - - - -	الفصل الأول - مفهوم استراتيجية الخطاب
١٣٤	- - - - -	أنواع السياق
١٣٦	- - - - -	عناصر السياق
١٣٧	- - - - -	استراتيجيات الخطاب
١٣٧	- - - - -	العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب
١٣٧	- - - - -	أولاً - المقاصد
١٣٩	- - - - -	ثانياً - السلطة
١٤٤	- - - - -	السلطة في الخطاب
١٤٥	- - - - -	دور السلطة في اختيار استراتيجية الخطاب
١٤٥	- - - - -	علاقة السلطة بالمقصد
١٤٦	- - - - -	أنواع الاستراتيجيات الخطابية
١٤٧	- - - - -	عناصر الاستراتيجية التضامنية
١٤٧	- - - - -	مسوغات الاستراتيجية التضامنية

١٤٨	- - - - -	الإستراتيجية التوجيهية-
١٥٠	- - - - -	الاستراتيجية التلميحية-
١٥١	- - - - -	إستراتيجية الإقناع -
١٥٢	- - - - -	الفصل الثاني- الخطاب الإعلامي-
١٥٤	- - - - -	مفهوم الخطاب الإعلامي -
١٥٥	- - - - -	مكونات الخطاب الإعلامي -
١٥٩	- - - - -	مميزات الخطاب الإعلامي -
١٦٢	- - - - -	الفصل الثالث -
١٦٢	- - - - -	الخطاب الإعلامي العربي -
١٦٢	- - - - -	لمحة تاريخية -
١٦٨	- - - - -	واقع الإعلام العربي-
١٧١	- - - - -	توازن الخطاب الإعلامي -
١٧٥	- - - - -	الوجه الجديد للإعلام العربي-
١٧٥	- - - - -	إشكالية الإعلام العربي -
١٧٧	- - - - -	إشكالية الإعلام العربي -
١٧٨	- - - - -	اللغة الإعلامية المعاصرة في الخطاب-
١٨٠	- - - - -	ككيف الخروج من هذا المأزق -
١٨١	- - - - -	أبرز الانتقادات التي توجه للإعلام العربي -

١٨٥ - - - - - هوامش الباب الثالث

الباب الرابع..... ١٨٧

١٨٧ - - - - - الفصل الأول- مفهوم المذاهب بشكل عام

١٨٨ - - - - - المذاهب الإعلامية

١٨٨ - - - - - المذاهب التي بُني عليها الإعلام

١٩٠ - - - - - المذهب التسلسلي أو مذهب السلطة

١٩٢ - - - - - القيود التي فرضت على قطاع الإعلام من المذهبية السلطوية

١٩٦ - - - - - المذهبية التحررية

١٩٨ - - - - - المحاور الرئيسية والتصورات للمذهبية

١٩٨ - - - - - الحرية-

٢٠١ - - - - - إشكاليات علاقة ما بين مذهب السلطة ومذهبية الحرية

٢٠٢ - - - - - مذهب المسؤولية الاجتماعية

٢١٠ - - - - - المذهبية الشيوعية في الإعلام

٢١٠ - - - - - نشأتها

٢١١ - - - - - أركان المذهبية الشيوعية

٢١٦ - - - - - فلسفة المذهبية الشيوعية للحرية

٢١٨ - - - - - التوافق الإعلامي ما بين مذهب الحرية والمذهبية الشيوعية

٢١٩	- - - - -	الاختلاف ما بين المذهبين -
٢٢٠	- - - - -	بعض فلاسفة الفكر للماركسي -
٢٢١	- - - - -	الفصل الثاني - مذاهب تحليل الخطاب
٢٢٢	- - - - -	مذهب التحليل اللغوي وعلاقته بالخطاب الإعلامي
٢٢٨	- - - - -	العوامل التي تلعب دوراً مميزاً في التحليل النقدي -
٢٢٩	- - - - -	أبرز الانتقادات التي وجهت لهذه المذهبية
٢٣٠	- - - - -	المذهبية المتعلقة بأبحاث ميشيل فوكو -
٢٣٢	- - - - -	تعريف الخطاب -
٢٣٢	- - - - -	مفهوم الخطاب لدى فوكو -
٢٣٣	- - - - -	أهداف الخطاب لدى فوكو -
٢٣٤	- - - - -	أبرز المبادئ التي صاغها فوكو لتحليل الأركولوجي
٢٣٦	- - - - -	مرتكزات فوكو في السلطة -
٢٣٧	- - - - -	مذهبية تحليل المحادثة والخطاب الإعلامي -
٢٣٨	- - - - -	مآخذ الباحثين عمل بحوث تحليل المحادثة -
٢٤٠	- - - - -	أبرز الانتقادات التي وجهت لتحليل المحادثة -
٢٤٠	- - - - -	بدايات تحليل المحادثة وأبرز أعلامها
٢٤١	- - - - -	قيود العمل الإعلامي في المحادثة -
٢٤٢	- - - - -	الفروقات ما بين كل من الأحاديث المقروءة والمذاعة والمتلفزة

٢٤٢	- - - - -	ملاحظات على أعمال هيرتياج
٢٤٤	- - - - -	حصار هذه القراءة - - - - -
٢٤٥	- - - - -	مذهبية التحليل النقابي - - - - -
٢٥٠	- - - - -	المذهبية الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي
٢٥٠	- - - - -	أجزاء الخطاب عند بيجر - - - - -
٢٥٢	- - - - -	تحليل الخطاب لدى ماس - - - - -
٢٥٢	- - - - -	منهجية مجموعة فيينا في تحليل الخطاب - - - - -
٢٥٥	- - - - -	المذهبية الاجتماعية الإدراكية وتحليل الخطاب الإعلامي
٢٥٧	- - - - -	مستويات تحليل الخطاب لدى فان ديك - - - - -
٢٥٩	- - - - -	الأيدولوجيا وعلاقتها بمنهج فان ديك - - - - -
٢٦٠	- - - - -	الأنماط الأساسية للمعرفة في رؤية ديك - - - - -
٢٦١	- - - - -	خلاصة نظرية فان ديك في الأيدولوجيا - - - - -
٢٦١	- - - - -	أبرز الطقوس الإعلامية التي تستخدم في تحليل الأخبار كما يراها فان ديك
٢٦٢	- - - - -	منهج فان ديك - - - - -
٢٦٢	- - - - -	أبرز الانتقادات التي وجهت لمنهج ديك - - - - -
٢٦٤	- - - - -	مذهبية التحليل النقدي للخطاب الإعلامي - - - - -
٢٦٥	- - - - -	بمن تأثر هؤلاء الباحثين؟ - - - - -
٢٦٦	- - - - -	أهم أعمال فيركلاو في الخطاب الإعلامي

٢٦٨	- - - - -	أهم إنجازات فيركلاو -
٢٦٨	- - - - -	أهم الأفكار التي يريد أن يؤكد عليها كلاو -
٢٧١	- - - - -	كيف قرأ فيركلاو خصائص نظام الخطاب الإعلامي؟
٢٧٢	- - - - -	أنظمة الخطاب كما يراها فيركلاو -
٢٧٢	- - - - -	فحص الخطاب الإعلامي -
٢٧٣	- - - - -	فصل الخطاب فيما يقوله كلاو -
٢٧٤	- - - - -	أبرز الانتقادات التي وجهت لفيركلاو -
٢٧٥	- - - - -	هوامش الباب الرابع -
٢٧٩	- - - - -	المصادر والمراجع -
٢٨٧	- - - - -	الفهرس -



مناهج البحث العلمي وتحليل الخطاب



للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

هاتف: 00962 6 5658252 / 00962 6 5658253

فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781

البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo

الموقع الإلكتروني: www.darosama.net

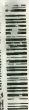


لشؤون ومعارف

الأردن - عمان - العبدلي

تليفاكس: 0096265664085

Bibliothèque Alexandrina



4213170